



저작자표시-비영리-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

생활과학석사학위논문

현대소비자들의 불안과 동조소비에 관한 연구

2012년 8월

서울대학교 대학원
소비자학과
이 다 혜

현대소비자들의 불안과 동조소비에 관한 연구

지도교수 김 난 도

이 논문을 생활과학석사 학위논문으로 제출함.

2012년 04월

서울대학교 대학원

소비자학과

이다혜의 생활과학석사 학위논문을 인준함.

2012년 06월

위 원 장 _____ ⑩

부위원장 _____ ⑩

위 원 _____ ⑩

국 문 초 록

현대소비자들의 불안과 동조소비에 관한 연구

우리가 살고 있는 이 시대의 소비는 재화의 기능적, 물리적 사용가치를 넘어 개인의 가치를 대변해주고 사람과 사람을 연결해주는 사회적 역할을 하고 있다. 사회적 기호체계로서의 소비는 다양한 현상들을 만들어 내고 있지만 그 중에서 동조적 소비행동은 현대 소비사회의 주목해 볼 만한 소비현상 중 하나이다. 이는 유행과도 밀접한 관련을 가지고 있으며 집단의식이 투철한 우리나라의 소비자들에게 많이 나타나고 있는 현상이기 때문이다. 하지만 동조소비를 추동하게 만드는 동인에 관한 연구는 굉장히 제한적으로 이뤄져 왔다. 그 중에서도 사회심리적, 감정적 요인에 대한 연구는 미흡한 편인데, 이는 소비행위가 개인을 둘러싼 사회구조 및 이로부터 야기된 사회심리적 요인과 매우 밀접한 관계를 가지고 있다(김선우, 2002)는 점을 고려할 때 좀 더 심층적인 연구가 필요하다고 할 수 있겠다. 그러므로 본 연구에서는 동조소비에 영향을 미칠만한 사회심리적, 감정적 요인 중 우리시대에 만연되어 있는 ‘불안’에 주목해보려고 한다.

Rollo May(1950)는 이 시대의 가장 절박한 문제들 중 하나로 불안을 꼽기도 하였는데, 불안은 부정적인 감정으로 긴장과 두려움을 유발시키기 때문에 소비자들은 불안을 느낄 때 여기에서 최대한 빨리 벗어나고 싶어 하며 이를 위한 특정행동을 취하기도 한다. 심리학자 Frued는 이를 ‘자아방어기제’라고 설명하였는데, 소비의 사회적 역할이 그 어느 때 보다 강해진 현대의 소비사회에서 불안의 방어기제는 소비로 나타날 가능성이 높다. 특히 소비자들은 불안을 많이 느낄수록 타인들의 행동에 동조하길 원하기 때문에 소비 중에서도 동조소비와 밀접한 관련을 가질 가능성이 높다. 따라서 본 연구는 불안과 동조소비와의 인과관계를 밝힘으로써 사회적 이슈

가 되고 있는 동조소비행동의 동인을 불안이란 변수로 설명하고자 한다. 이는 ‘사람들은 왜 유행을 따르는가’에 대한 새로운 시각도 제시해 줄 수 있을 거라 기대되며 이와 같은 목적을 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하고 이를 위한 탐색적이고 실증적인 연구를 실시하고자 한다.

[연구문제 1] 소비자들이 경험하는 불안수준과 유형은 어떠한가

[연구문제 2] 소비자들의 동조소비수준과 유형은 어떠한가

[연구문제 3] 소비자들의 불안과 동조소비는 어떠한 관계가 있는가

이상의 연구문제를 규명하기 위해 양적 연구를 실시하였으며 총 486명에 대한 설문조사를 실시하였다.

본 연구의 주요 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 현대사회의 소비자들의 불안수준은 성별, 연령, 학력 등에 따라 다르게 나타났고 소비자들의 불안은 생애불안, 소외불안, 평판불안, 능력불안, 관계불안 등 5가지로 유형화 될 수 있었다.

둘째, 소비자들의 동조소비수준은 연령, 결혼여부, 학력 등에 따라 다르게 나타났으며 동조소비의 요인분석결과 동일시적 동조소비, 정보적 동조소비, 규범적 동조소비 등 크게 3가지로 유형화 되었다.

셋째, 불안이 동조소비 하위유형들에 어떤 영향을 미치는지를 살펴본 결과 전체불안과 동조소비와의 관계에서는 동일시적 동조소비와 정보적 동조소비에 불안이 유의미한 영향을 끼치고 있었으나, 불안을 5가지 유형으로 나눠 살펴본 경우의 결과에서는 불안유형에 따라 조금씩 다르게 나타났다. 동일시적 동조소비의 경우 생애불안, 소외불안, 능력불안 등이 영향을 주는 불안유형으로 나타났는데 생애불안은 부적인 영향을, 소외불안과 능력불안은 정적인 영향을 미치고 있었다. 정보적 동조소비의 경우 소외불안과 평판불안이 정적인 영향을 미치는 변수로 나타났으며, 규범적 동조소비에 영향을 미치는 변수로는 소외불안이 정적인 영향을, 능력불안과 관계불안은 부적인 영향을 미쳐 소외에 대한 불안이 높고 자신의 능력과 대인

관계에 대한 불안이 낮을수록 규범적인 동조소비를 많이 한다는 것을 알 수 있었다.

이와 같은 결과를 통해 우리는 불안이 동조소비에 영향을 준다는 사실을 확인할 수 있다. 이것은 불안을 느끼는 사람이 부정적인 불안의 감정을 해소하고 자신을 보호하기 위한 하나의 방어기제로서 동조소비를 사용한다는 가정을 확인하는 결과라 할 수 있다.

그러므로 우리는 이 시대의 유행열풍, 동조소비현상을 좀 더 다른 시각으로 바라볼 필요가 있다. 사람들은 그저 물질주의 성향이 높거나 단순히 쾌락적 목적으로 유행 또는 동조소비에 동참하는 것이 아니라 개인 안에 내재되어 있는 여러 가지 불안심리 때문에, 그 불안을 해결하고 정서적인 안정을 찾기 위한 목적 때문에서도 동조소비를 하게 된다. 이는 현대사회에서 나타나는 여러 가지 소비현상들이 그저 겉으로 드러나는 일차적인 이유가 아닌 보다 훨씬 복잡하고 다양한 이유로 인해 발생하는 현상이며 심리적, 감정적인 원인들이 소비행동에 중요요인으로 작용할 수 있다는 점 또한 시사하고 있다.

마지막으로 본 연구는 기존의 소비행동관련 연구에서 잘 다뤄지지 않았던 불안이라는 감정을 소비현상과 연결시켜 봄으로써 소비동인으로서의 심리적 요인의 중요성을 환기시키고 소비자의 행복과 복지증진에 기본이 되는 소비자의 이해에 도움이 될 수 있다는데 그 의의를 가진다.

주요어 : 불안, 동조, 동조소비

학 번 : 2010-23629

목 차

국문초록

제 1 장 서론	1
제 1 절 문제의 제기	1
제 2 절 연구의 목적	3
제 3 절 연구의 구성	4
제 2 장 이론적 배경	5
제 1 절 불안	5
1. 불안의 개념 및 특징	5
2. 불안의 유형	7
3. 불안관련 변수	10
제 2 절 동조소비	12
1. 동조의 개념 및 관련이론	12
2. 동조소비의 개념 및 관련이론	14
3. 동조 및 동조소비 관련변수	17
제 3 절 불안과 동조소비의 관계	22
1. 불안과 동조소비에 관한 이론	22
2. 불안과 동조소비에 관한 선행연구	25
제 3 장 연구문제 및 연구방법	27
제 1 절 연구문제	27
제 2 절 연구방법	28
1. 용어의 조작적 정의 및 측정도구	28
제 3 절 자료의 수집 및 분석방법	30

1. 자료의 수집방법	30
2. 자료의 분석방법	31
3. 조사대상자의 일반적 특성	32
제 4 장 연구결과 및 분석	34
제 1 절 불안의 수준 및 유형	34
1. 불안의 수준	34
2. 불안의 유형	36
제 2 절 동조소비의 수준 및 유형	41
1. 동조소비의 수준	41
2. 동조소비의 유형	43
제 3 절 불안과 동조소비와의 관계	46
1. 불안의 동조소비에 대한 상대적 영향력	46
2. 불안의 하위유형별 동조소비에 대한 상대적 영향력	48
제 5 장 결론	53
제 1 절 요약 및 결론	53
제 2 절 함의와 제언	56
참 고 문 헌	59
부 록	73
Abstract	80

표 목 차

[표 3-1]	29
[표 3-2]	30
[표 3-3]	33
[표 4-1]	35
[표 4-2]	38
[표 4-3]	39
[표 4-4]	40
[표 4-5]	42
[표 4-6]	44
[표 4-7]	45
[표 4-8]	47
[표 4-9]	50

부 록 목 차

<부록 1>	73
<부록 2>	75

제 1 장 서론

제 1 절 문제의 제기

우리는 바야흐로 소비의 시대에 살고 있다. 이제 소비는 재화의 기능적, 물리적 사용가치를 넘어 개인의 가치를 대변해주고 사람과 사람을 연결해주는 사회적 역할을 하고 있다. 보드리야르(1991)는 ‘어떤 사물을 소비한다는 것은 필요에 의한 사물의 사용이기보다는 사회적 활동에 더 가까운 행위로서 타인과 자신을 구별짓거나 자신이 속한 집단의 동질성을 나타내며, 자신이 추구하는 가치를 나타내주는 커뮤니케이션의 역할까지 담당하는 일종의 기호체계’라고 하였다. 이와 같이 사회 속 기호체계로서의 소비는 다양한 현상들을 만들어내고 있다.

그 중에서 동조적 소비행동은 현대 소비사회의 주목해볼 만한 소비현상 중 하나이다. 이는 유행과도 밀접한 관련이 있는 것으로 집단의식이 투철한 우리나라 소비자들에게 특히 많이 나타나고 있다. 유명 연예인들의 소비품목에 대해 관심을 가지고 올해의 트렌드 및 유행 패션에 동조하는 소비자들의 행동에 대해 지금까지 많은 연구가 이뤄져 왔지만 행위의 구체적인 이유 또는 동인에 대해서는 연령, 성별, 소득 등의 사회인구특성과 소비자 개인의 자존감, 자신감 및 사회적 친화력 등의 제한적인 연구결과만이 존재할 뿐이다. 특히 사회심리적, 감정적 요인은 좀 더 심층적으로 살펴봐야 할 중요 요소인데, 소비행위는 개인을 둘러싼 사회구조 및 이로부터 야기된 사회심리적 요인과 매우 밀접한 관계를 갖고 있기 때문이다(김선우, 2002). 따라서 본 연구에서는 동조소비에 영향을 미칠만한 사회심리적, 감정적 요인 중 현대의 소비자들이 가장 많이 느끼는 감정 중 하나인 ‘불안’에 주목해 보려고 한다.

심리학자 Rollo May(1950)는 불안을 이 시대의 가장 공식적인 감정 또는 가장 만연된 심리적인 현상 등으로 규정지으며 ‘이 시대의 가장 절박한 문제들 중의 하나’라고 지칭했고, ‘불안증폭사회’의 저자 김태형박사(2010)는 지금의 한국 사회는 불안이 증폭된 사회라고 하였다. 불안은 기본적으로 부정적인 감정으로 어떤 특정 상황에 대해 자신이 위협을 받는다고 여김으로써 야기되는 두려움, 긴장감 또는 불쾌한 감정반응이다(조한익 외, 2010). 그러므로 사람들은 불안이란 감정에서 최대한 빨리 벗어나고 싶어하고 이를 위해 특정행동을 취하기도 한다. 심리학자 프로이트는 이를 ‘자아방어기제’라고 설명하고 있는데 그에 의하면 인간의 내면에 갈등이나 불안이 발생되면 ‘자아방어기제’라는 정신적 조작이 작용해 개인의 불안정한 심리적 상황을 완화시켜준다는 것이다.

따라서 사회 속 소비의 역할이 점점 커지고 있는 현대사회에서는 이와 같은 자아방어기제의 역할을 소비가 대신해 줄 수 있을 것이고, 불안이 증가할수록 동조성이 증가한다는 기존의 연구들을 고려할 때 불안이 동조소비에 영향을 주는 변수가 될 수 있다는 가정이 가능하다. 불안이 증가할수록 사람들의 동조성이 증가한다는 것은 Schachter가 여대생을 대상으로 한 실험에서 잘 나타나고 있는데(한경희, 2005에서 재인용), 그는 이 실험에서 한 쪽에는 실험이 고통스러울 것이라 이야기하고 다른 한 쪽은 그렇지 않을 것이라 이야기 한 후 혼자 기다리는 방과 다른 사람들과 함께 기다리는 방 중 하나를 선택하도록 만들었다. 실험결과, 실험이 고통스럽다고 느낀 집단이 다른 사람과 함께 기다리는 방을 선택한 확률은 그렇지 않은 집단에 비해 2배 이상에 가까운 숫자가 나타났는데, 이는 사람들이 불안을 많이 느낄수록 타인들의 행동에 동조하길 원한다는 것을 단적으로 보여주고 있는 것이다.

이처럼 불안이 동조소비에 영향을 미치는 중요변수가 될 가능성이 높음에도 불구하고 아직까지 불안과 동조소비와의 관계를 밝힌 연구는 전무하다. 단지 의복행위와 관련해 사람들이 사회적 불안감을 느낄 때 같은 집단 속 사람들의 의복을 동조함으로써 소속감, 일치감 등의 심리적 안정을 얻

는다는 연구결과만이 밝혀져 있을 뿐이다.

따라서 본 연구에서는 기존에 다뤄지지 않았던 불안과 동조소비와의 관계에 관한 탐색적인 연구를 실시하고자 한다. 이는 동조소비행동을 현대의 소비자들이 가지고 있는 불안의 감정을 해소하기 위한 하나의 방어기책으로 봄으로써 동조소비를 좀 더 새로운 시각으로 바라볼 수 있을 것이며 소비의 여러 가지 동인들 중 심리적, 감정적 변인에 대한 중요성도 다시 한 번 환기시켜 볼 수 있는 계기가 될 수 있을 것이다.

그러므로 본 연구에서는 불안에 관해 현대인들의 불안수준은 어떠한지, 어떠한 유형의 불안을 갖고 있는지를 살펴보고 이 유형화된 불안을 토대로 불안이 동조적 소비행동에 영향을 미치는 중요변수인가를 확인해보고자 한다. 본 연구를 통해 기존의 동조 소비행동을 연구함에 있어 고려되지 않았던 불안 심리를 조명해 볼 수 있는 기회가 될 거라 기대한다.

제 2 절 연구의 목적

본 연구는 현대사회 소비자들의 불안과 동조소비와의 관계를 살펴봄으로써 현대인들이 가지고 있는 불안이란 감정이 동조소비에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 알아본다. 구체적으로는 현대인들이 느끼는 불안과 동조소비의 수준과 유형이 어떠한지를 살펴본 후 불안과 동조소비와의 관계를 밝혀볼 것이다.

이와 같은 연구를 통해 첫째, 현대인들이 가지고 있는 불안이란 감정이 소비의 동기가 될 수 있다는 점을 밝힘으로써 기존의 동조소비의 설명 변수로 잘 알려진 자존감, 자신감, 성별, 연령, 소득 외에 동조소비의 동인을 또 다른 시각으로 바라보고자 한다. 이는 기존의 제한적으로 이뤄졌던 동조소비관련 연구의 폭을 넓힐 수 있는 계기가 될 것이다. 둘째, 지금까지 소비자학에서 다양한 소비행동들을 설명함에 있어 그 중요성이 간과되었던 소비자의 감정과 심리적 변인에 초점을 맞춤으로써 이 시대의 여러 소

비현상들을 좀 더 다각적이고 깊이 있게 바라볼 수 있을 것이다. 이는 궁극적으로 현대의 소비사회를 살아가는 소비자들을 더 잘 이해하는데 도움을 줄 수 있으리라 기대한다.

제 3 절 연구의 구성

본 연구는 총 5개의 장으로 구성되어 있다.

제 1 장인 서론에서는 문제의 제기와 연구의 목적, 그리고 연구의 구성에 대해 간략히 소개 한다

제 2 장에서는 본 연구에 들어가기에 앞서 불안의 의미와 동조에 관한 선행 연구를 검토하고 관련된 이론들을 살펴본다.

제 3 장에서는 연구문제를 설정하고, 연구에서 사용되는 주요 변수들을 조작적으로 정의한다. 또한 자료의 수집과 구체적인 분석방법에 대해 언급한다.

제 4 장에서는 불안과 동조소비에 관한 양적 연구를 통해 동조소비를 설명하는 변수로서의 불안을 논의한다. 우선 불안과 동조소비의 수준을 살펴보고 이를 유형화한 후, 불안 유형에 따른 동조소비와의 인과관계를 알아본다.

마지막으로 제 5 장에서는 전반적인 연구결과를 요약, 정리하고 본 연구의 함의를 제시하면서 후속연구에 대해 제안한다.

제 2 장 이론적 배경

본 장에서는 불안 및 동조소비의 개념과 관련된 연구의 동향을 검토하고 불안과 동조소비와의 관계에 영향을 미치는 변수들과 이와 관련된 이론들을 살펴볼 것이다.

제 1 절 불안

1. 불안의 개념 및 특징

불안(anxiety)은 정의하기에 굉장히 광범위한 개념이기 때문에 정신분석학, 사회학, 심리학 등 여러 분야의 다양한 학자들에 의해 연구되어 왔다. 그 중에서 Freud는 불안에 대해 지속적인 관심을 가지고 평생을 연구해온 대표적인 정신분석학자이자 심리학자이다. 초기에 그는 불안을 리비도의 누적으로 인해 발생한다고 주장하였으나 이후 『억제, 증상, 그리고 불안』에서 자신의 견해를 수정하며 불안을 위험상황을 효과적으로 피하거나 방어할 수 있도록 자아가 보내는 위험에 대한 신호라고 수정하였다(홍준기, 1999: 재인용).

Freud에 의하면 불안은 유쾌하지 않은 감정이기 때문에 사람으로 하여금 무언가를 행하도록 동기화(motivation)시킴으로 불안 시 위협받는 상태로부터 빠져 나오거나 위험한 충동을 억제한다(이희경, 2000: 재인용). 또한 Freud는 불안을 현상학적이고 생리적인 속성들이 독특하게 혼합된 ‘불쾌함의 특성(character of unpleasure)’을 가진 것으로 보며 화(anger)나 우울(depression) 등의 유쾌하지 않은 다른 감정들과 구별지어 설명하였다(Spielberger, 1975).

이후 등장한 신 Frued학파는 불안을 사회 심리학적인 면에서 고찰하였는데 이들은 대인관계의 중요성을 강조하며 불안을 잘못 형성된 대인관계의 문제로 보았다(이재원, 2006). 즉, 인간은 본질적으로 ‘불안한 동물’이 아니라 그가 처한 상태, 예를 들어 실패의 두려움, 대인관계의 문제, 각종 사회적 위협 등에 의해 불안하게 된다는 것이다(계은주, 2001).

Spielberger(1975)는 불안을 어떤 행동에 대한 반응으로 일어나는 인지적, 정서적, 행동적 반응의 연속과 관련 있는 하나의 과정으로 관찰될 수 있다고 하였다. 불안 경향은 개인에 따라서 비교적 짧은 시간 동안 나타날 수 있고 오랫동안 지속되는 경우도 있는데, Spielberger는 이러한 불안형태를 상태불안과 특성불안으로 나눠 설명하고 이후 불안을 측정 가능하다고 보고 이에 관한 척도를 개발함으로써 불안의 개념을 학문적으로 측정이 가능하도록 만들었다

Spielberger의 불안이 개인의 측면에서 연구되었다면 Leary(1982)는 불안을 사람들이 사회적 상황에서 경험하는 불안의 관점으로 접근했으며 그 중에서도 대인관계에서 발생하는 불안에 초점을 맞추었다. 사람들은 다른 사람에게 특정한 인상을 주기 위해 동기화되어 있는데 타인에게 성공적인 인상을 줄 수 있을 지가 의심될 때 대인불안을 경험한다는 것이다. Leary 등(1982)은 불안을 사회적 상황에서 경험하는 다양한 불안으로 보고, 사회적 불안의 사회(social)의 개념을 대인간(interpersonal)의 개념과 동일시하여 대인관계상황에서 사람들이 경험하는 불안을 주로 다뤘었다(박수애 외, 2005).

이처럼 기존의 사회적 불안이 대인관계에서 타인에게 바람직한 인상을 주거나 타인이 자신을 어떻게 평가할 것인가 등의 사회적 상호작용 및 대인관계 상황에서의 불안으로 보았다면 최근에는 이 불안을 각종 사회와 구조적인 문제로부터 발생하는 불안으로 좀 더 넓게 바라보고 있다.

국내에서는 사회불안의 객관적 대상(정치불안, 경제불안, 북한문제 불안, 노사문제 불안, 교육불안, 빈부격차 불안)을 구체화한 연구(이훈구, 2004; 박수애·송관재, 2005)와 사회불안을 유발하는 사회적 특성들(예측

불가능성, 이동불가능성, 불공정성, 통제불가능성, 불확실성, 불신성)에 초점을 맞추는 연구(홍영오 외, 2006)들이 대표적이다(안주희, 2009). 이들은 사회불안을 자신이 속한 사회의 실존에 대한 불확실한 위협이 존재하거나 사회가 위험하다고 느끼는 것이라 보았다. 여기에서의 사회의 실존에 대한 위협은 그 사회의 존속, 유지, 발전 등이 위협당하고 있다고 인식하고 느끼는 것을 말한다.

하지만 이러한 불안은 여러 가지 사회적 불안이 개인들에게 미치는 영향은 어떠한지, 개인의 삶에 어떠한 의미를 갖는지에 대한 언급은 포함되어 있지 않았다. 이에 최인철·김범준(2005)은 불안을 발생시키는 여러 가지 사회적 현상들이 개인의 심리적 영역에서 어떻게 지각되는지를 구체적으로 연구하였는데, 여기에서의 사회불안은 불안의 원천이 ‘우리(사회, 공동체)’에 있는 것과 ‘개인(생애)’에 있는 것이 혼재되어 있음을 알 수 있다(안주희, 2009). 이는 사회의 변화가 사회의 실존뿐만 아니라 개인의 실존에 대한 불안도 발생시킨다는 시각으로, 기존의 심리학계에서 말하는 개인의 불안은 특수화된 개인적 상황에서의 개별적 불안인데 반해 여기서 논의하는 개인의 실존적 불안이란 사회적 맥락에서 생산되는 성격을 갖는다(이재열, 2005).

2. 불안의 유형

불안은 개념정의를 개인적 측면에서 하는 경우와 사회적 측면에서 하는 경우에 따라 크게 두 가지 흐름으로 나뉘볼 수 있다. 먼저 불안을 개인적 차원에서 설명한 대표적 학자는 Frued와 Speilberger가 있는데, Frued는 불안을 자아에게 닥친 위협을 알리는 신호로 보고 위협의 원천이 어디에 있는가에 따라 불안을 현실적 불안(reality anxiety), 신경증적 불안(neurotic anxiety), 도덕적 불안(moral anxiety)으로 유형화 하였다(허창범, 2000). 또한 불안을 위험한 자극상황 또는 위협을 주는 장면을 지

각했을 때 수반되는 정서적 반응으로 정의하며 불안척도를 개발한 Speilberger는 불안을 상태불안(state anxiety)과 특성불안(trait anxiety)으로 구분하였다(신초영 외, 2001). 상태불안은 일시적으로 느끼는 자율 신경계의 활성화와 관련된 긴장, 두려움 등에 관한 상대적인 강도로써 시간에 따라 변하는 상황적인 불안이고, 특성불안은 불안경향성에 있어서 그 빈도와 강도가 비교적 안정된 개인의 기질적인 불안이다(Speilberger, 2009). 즉 상태불안이 ‘지금 현재 느끼는 불안의 정도’를 의미한다면 특성불안은 개개인 안에 내재되어 있는 잠재적 성향으로 ‘개인이 평소에 느끼는 불안의 정도’를 나타낸다고 이해할 수 있을 것이다(김미경, 2008: 재인용). 보통 동일한 상황에서 특성불안이 높은 사람일수록 상태불안 수준 또한 높는데 이는 특성불안 수준이 상황에 대한 지각에 영향을 주기 때문이다(계은주, 2001).

이처럼 Freud와 Speilberger가 불안을 개인적 차원에서 유형화하였다면, 이후에는 불안을 사회적 상호작용의 측면에서 바라보고 유형화하는 흐름이 나타나고 있다. 불안을 사회불안이라는 특정영역으로 좁혀 연구한 Leary(1982)는 불안이 사회적 상호관계, 대인관계의 상황에서 가장 빈번하게 발생한다는 데에 초점을 맞춰 불안을 유형화하고 척도를 개발하였다. Leary(1982)은 불안을 상호작용불안(interaction anxiety)과 청중불안(audience anxiety)으로 나눠 설명하였는데, 상호작용불안은 데이트 하는 두 사람의 경우처럼 한 사람의 반응이 상대방의 반응에 따라 달라지는 교호적(contingent) 상황에서의 불안을 의미하며, 청중불안은 교과내용에 따라 강의하는 강사처럼 타인의 반응이 최소한으로 영향을 주는 비교호적 상황에서의 불안을 의미한다(박수애 외, 2005).

국내에서는 송관재 등(2005)이 대표적으로 불안을 사회적 차원에서 유형화하고 있는데, 이들은 사회적 불안이 대인관계 뿐만 아니라 개인이 직, 간접적으로 경험하게 되는 다양한 현상들을 반영해야 한다고 주장하며 불안을 8개의 하위영역으로 구분하고 있다. 이는 사람들이 지각하는 각 영역별 불안 정도를 측정하기 위한 것으로 개인불안, 경제불안, 공정성 불

안, 미래 불안, 불신 불안, 안전 불안, 사회문제 불안, 정치 불안의 8개의 영역으로 나뉜다.

개인불안은 “나는 다른 사람들보다 뒤떨어지게 될까봐 불안하다”와 같이 사람들이 사회를 경쟁적으로 느끼며 그 속에서 뒤쳐지거나 원하는 삶을 누리지 못하게 될 것 같은 불안을 의미하고, 경제불안은 우리 사회가 경제적 어려움을 겪음으로 인해 느끼는 불안과 관련이 있으며, 공정성 불안은 사람들이 사회에서 공정함이나 규칙 등이 제대로 지켜지지 않는다고 느끼는 불안유형이다. 또한 미래불안은 이 사회에서 앞으로 삶이 보장되지 않을 것으로 인해 느끼게 되는 불안이고 불신불안은 믿고 따를 만한 정부나 권위 있는 대상의 부재에서 유발되는 불안, 안전불안은 전쟁이나 안전사고 등의 신체적 위협으로 오는 불안, 정치적 불안은 정치가 혼란스럽고 정부는 믿을 수 없음으로 인해 유발되는 불안, 사회문제 불안은 현재 우리 사회가 직면하고 있는 사회문제들로 유발되는 유발을 의미한다.

최인철(2005)은 사회적 불안을 개인의 심리적 영역에서 지각되는 특성에 따라 지각된 통제감 상실에 대한 불안, 공정성 불신에 대한 불안, 사건/사고에 대한 개인 취약성 불안 등으로 구분하였다. 먼저, 지각된 통제감 상실에 대한 불안은 ‘우리 사회의 앞날을 예측하기 힘들거나 믿고 따를 만한 지도자가 없다’ 등의 사회의 예측 및 통제 가능성에 대한 불안이고, 공정성 불신에 대한 불안은 ‘사회 시스템이나 운영 원칙에 대한 불신을 측정하는 불안’으로 자신의 능력만으로 원하는 결과를 얻을 수 없다는 불안과 관련성이 있다. 세 번째 유형은 사건/사고에 대한 개인의 취약성 불안인데, 이는 개인이 각종 안전사고로 인한 불안을 얼마나 경험하는지를 나타내는 불안이라 할 수 있다.

또한 주영숙·김정휘(1996)는 기존의 불안에 관한 선행연구들을 참고하여 개인이 사회의 여러 가지 상황 속에서 느낄 수 있는 불안을 8가지로 유형화 하고 있다. 8개의 불안영역은 고전적 공포 불안, 사회·대인관계에 대한 불안, 질병·노환·죽음에 대한 불안, 학습·시험·능력에 대한 불안, 성적 부응·이성거부에 대한 불안, 빈곤에 대한 불안, 전쟁에 대한 불안, 기타

정서적 불안 등이다. 고전적 공포불안은 특정한 사람, 장소, 대상 혹은 상황에 대해 지속적이고 불합리한 두려움 때문에 회피행동을 하게 되는 상태를 의미하고, 사회·대인관계에 대한 불안은 사회생활 및 대인관계에서 가지게 되는 불안으로 특히 타인과의 관계에서 나타나는 불편감, 열등감 등을 의미한다. 질병·노환·죽음에 대한 불안은 자신이나 타인의 질병이나 노화 또는 죽음에 대해 가지고 있는 막연한 두려움을 그 내용으로 하고 있으며, 학습·시험·능력에 대한 불안은 시험이나 타인과의 경쟁상황에서 발생하는 예민하면서도 열등의식을 갖게 되는 불안이다. 성적 부적응·이성거부에 대한 불안은 성 문제나 이성 앞에서 긴장, 신경과민 등의 반응을 보이는 증상을 말하며, 빈곤에 대한 불안은 경제적 상황에 대한 열등의식이나 불편한 느낌을 내용으로 한다. 전쟁에 대한 불안은 전쟁 사태에 대해 가지는 두려움을 의미하고, 기타 정서적 불안은 이상 7개에 포함되지 않은 불안으로 재난이 닥칠 것 같은 막연한 두려움 등이 여기에 속한다고 할 수 있다.

3. 불안관련 변수

2011년 통계청 조사에 따르면, 우리나라 64세 이하 국민 중 지난 일 년 동안 불안장애에 시달린 비율이 2006년 5.0%에서 2011년 6.8%로 약 36.0% 증가했다고 한다. 현대의 일상생활은 나날이 다양하고 복잡해져서 자아를 위협하는 환경 요소들에 의해 현대인들의 심리적인 불안감은 점차 증대되고 있다(신초영 외, 2001). 사람마다 불안을 느끼는 정도는 다르게 나타나는데 같은 상황에 있더라도 그 상황에 대한 불안 인식 정도는 제각각이기 때문이다. 따라서 개인의 어떤 특성이 불안을 더 민감하게 느끼는지 살펴보는 것은 중요하다.

불안에 관한 선행연구들을 살펴보면 공통적으로 성차와 연령에 따라 불안이 다르다는 것을 알 수 있는데 남성보다는 여성이, 연령이나 학년이 낮

을수록 불안을 더 많이 느끼는 것으로 나타난다. 송주애(1987)의 대학생을 대상으로 한 연구결과에서는 여학생의 불안수준이 높다고 하였는데 이는 여성이 남성에 비해 세심하고 민감한 특성을 가졌기 때문이라고 하였다. 우리나라 고등학생을 대상으로 한 이선주(1995)의 연구에서도 여학생의 특성불안 정도가 남성보다 높는데 이는 여아에게 부모가 더 엄격한 통제를 가하는 사회 문화적 영향을 반영하는 결과라고 보았다. 그 밖의 불안장애에 관한 통계청 조사에서는 여자이고 젊은 나이일수록, 이혼/별거/사별을 한 사람 그리고 직업이 없고 저소득일수록 불안장애에 걸릴 위험이 높다고 발표하였다.

강혜원(1974)은 남녀 대학생 모두 고학년이 저학년보다 사회적 안정감이 높다고 함으로써 연령이 낮을수록 불안감이 높음을 시사하며 남학생의 사회적 안정성이 여학생보다 높아 불안감을 덜 느낀다고 하였다. 또한 조한익 외(2010)는 불안은 청소년의 심리적 특성 중 중요한 요인인데, 청소년들은 발달과업과 현실의 과제를 함께 안고 있기에 부정적 정서에 민감하게 되고 이 중 가장 보편적으로 자주 느끼는 감정이 불안이라고 언급하면서 성인보다는 나이가 어린 고등학생의 불안이 더 높음을 강조하였다. 신초영(2001) 또한 불안심리는 남자보다 여자가 높고, 경제수준이 높고 연령이 증가할수록 불안감이 낮아진다고 하였다.

성별과 연령 이외에 자아 존중감 또한 불안과 관련된 변수로 알려져 있는데, 이영자(1995)는 자아존중감과 우울 및 불안에 관한 연구를 통해 자아존중감이 높을수록 우울 및 불안정도가 낮고 자아존중감 수준이 낮을수록 우울 및 불안정도가 높다는 것을 밝혀냈으며, 이는 낮은 자아존중감을 가진 사람들이 실패나 부정적인 결과를 내적요인에 귀인하기 때문이라고 하였다. 또한 Greenberg 등은 공포관리 이론에서 자아존중감은 개인을 불안으로부터 보호하는 역할을 하는데, 자아존중감이 낮은 사람은 걱정하는 경향이 있고, 자아존중감의 방어는 불안을 감소시킨다는 가정을 실험적 연구 및 상관연구를 통해 입증하였다(조혜진, 2006: 재인용). 또한 암 환자를 대상으로 자아존중감과 불안과의 관계를 살펴본 김순이(1984)의 연구

에서도 자아존중감과 불안은 부적인 관계를 가지고 있었다.

제 2 절 동조소비

1. 동조의 개념 및 관련 이론

동조(conformity)는 흔히 태도, 믿음, 행동을 집단 규범에 따라 행하는 것을 의미한다(Hogg & Vaughan, 2005). Kiesler 와 Kiesler(1969)는 동조를 실제 하거나 가상되는 집단 압력의 결과로 나타나는 신념이나 행동에 있어서의 변화라고 정의 하였으며, Sears 등은 이를 다수의 사람들이 행하기 때문에 어쩔 수 없이 하게 되는 행위이며 한 개인이 집단이나 다수에 일치하려는 경향성이라 보았다(길수영, 2011: 재인용). 또한 김현민(1984)은 동조를 일반적으로 집단 구성원이 다른 구성원들의 의견이나 태도, 신념, 행위 등을 같이하는 현상으로 보았다.

‘동조’의 개념은 처음 사회심리학자들에 의해 주장된 이후 많은 단편적인 개념화 작업이 행해지며 학자에 따라 다양하게 정의(권재욱, 1993)되어 왔지만, 다수의 학자들은 동조행동을 하는 동기와 이유가 무엇인지에 따라 동조를 개념화하고 유형화하고 있다. 학자마다 용어는 다르지만 동조는 주로 그 행동을 하는 동기에 따라 크게 규범적, 정보적, 동일시적 동조행동으로 나뉜다.

규범적 동기로 인한 동조는 사회에서 인정받고 비난을 피하기 위해 다수의 기대에 부응하려는 것(김재숙 외, 2001)으로, 사랑받고 싶은 욕망과 미움을 사지 않으려는 욕망에 기인된 동조성을 의미한다. 우리는 다양한 요구의 만족을 위해 타인에게 의존하고 자신을 위해 그들의 호의를 극대화하고자 하는데, 동조행동은 타인들과 의견이 일치하지 않음으로써 받는 혐오나 배척은 막아주고, 집단의 압력에 동조함으로써 긍정적인 평가를 받고 지속적인 집단회원으로서 남아있게 도와준다(고영복, 1997). Deutsch 와

Gerard는 이를 규범적 사회영향(normative social influence)이라고 불렀는데, 규범적 사회영향은 동조가 규범에 의한 사회적 영향으로부터 온다는 것으로 집단으로부터 이탈하는 경우 여러 가지 부정적인 결과가 올 수 있다는 것을 알기에 집단의 규범에 따라 행동하게 된다는 것이다(박혜선, 1990: 재인용).

규범적 동조행동은 순응(compliance)으로도 나타나게 되는데, 이는 자신의 태도와 믿음이 진심으로 변화되어 집단과 같이 행동하는 내면적 수용(private acceptance)과 달리 자신의 태도나 믿음의 변화 없이, 자신이 원하거나 원하지 않거나에 관계없이 집단이 개인에게 그렇게 행동하길 원하거나 집단이 개인에게 가하는 압력 때문에 동조를 하게 되는 경우를 의미한다(Kiesler 와 Kiesler, 1969).

Asch는 사람들의 동조행동을 관찰하기 위해 실험을 실시하기도 하였는데, 피험자에게 선이 그려진 그림을 보여준 후 그림과 동일한 길이의 선이 포함된 총 3개의 선 중 그림의 것과 같은 것을 고르도록 한 결과, 실험조수들이 틀린 대답을 유도하자 많은 사람들이 틀린 응답에 동조하는 것으로 나타났다(Kiesler 와 Kiesler, 1969; 권재욱, 1993; 김재숙, 2001). 실험 속 피험자들은 다른 사람들과의 다른 대답으로 인한 부정적인 이미지나 소외 등이 두려워서, 즉 보이지 않는 집단의 압력으로 이처럼 집단의 압력을 받는다는 것은 그리 유쾌한 일이 아니므로 동조를 선택하는 것은 불쾌한 감정에서 벗어나는 방편이 될 수 있다(권재욱, 1993).

정보적 동기에 의한 동조는 개인의 환경에 대한 지식이나 어떤 측면을 다루는데 있어서 그 정보가 도움이 된다고 느낄 때 나타나는 것(김갑식, 2010)으로써, 정보적 효용을 얻기 위한 동조이다. 정보적 동기는 정보의 사회적 영향(informational social influence)으로도 불리우는데, 현실이 모호할 때 타인의 행동이 유용한 정보를 제공해 주기 때문에 다수의 판단과 의견을 객관적 현실에 관한 정보로서 받아들여려는 것을 의미한다(김재숙 외, 2001). 이는 Kiesler 와 Kiesler의 내면적 수용(private acceptance)과도 비슷한 개념으로 집단이 원하는 방향으로 행동할 뿐만

아니라 개인 내면의 태도와 믿음도 집단과 일치되는 것을 말한다(박혜선, 1990). 의복행동에서도 정보적 영향에 의한 동조행동이 나타나는데, 사람들은 타인을 유용한 의복정보의 근원으로 생각해 이들이 제공한 정보를 따르고(정미실, 1991), 의복에 대한 태도나 믿음, 행동에 있어 정보적, 사회적 영향을 받는다(민지영, 2008). 이를 통해 정보적 동기는 무엇을 결정할 때 자신의 판단과 타인의 판단 사이의 갈등에서 자신의 판단보다 타인의 판단을 더 신뢰함으로써 동조하게 되는 경우라고 말할 수 있겠다.

마지막으로 동일시를 위한 목적으로 발생하는 동일시적 동조행동은 개인이 다른 사람이나 집단과 만족스러운 자기 정립 관계(self-defining relationship)를 유지하거나 만들고 싶기 때문에 그들의 영향을 받아들이는 것이다(Kelman, 1958). Kelman에 따르면 동일시에 의한 동조행동은 보상이나 처벌이 반드시 따르는 것이 아니라 그저 좋아하기 때문에 동조하게 되는 것이고, 동일시의 결정적인 요소는 ‘동일시하는 대상이 매력적인가’이기 때문에 기존의 대상보다 더 중요한 동일시의 대상이 생기면 이전에 있었던 동일시는 새로운 대상에 압도된다고 한다(권재욱, 1993에서 재인용). 이와 같은 동일시적 동조는 의복행위에서도 두드러지는 현상인데 연예인들의 의복을 모방하는 것은 자신이 좋아하는 그들과 심리적인 일체감을 얻기 위한 것으로 개인이 이상적이라고 생각하거나 좋아하는 준거집단과 동일시되기 위해 그들의 의복을 동조하는 것이다(박혜선, 1990).

2. 동조소비의 개념 및 관련 이론

소비행동에 관한 연구에서는 동조소비를 준거집단에 대한 평가, 의도, 구매행동의 노출로 인한 소비자들의 구매 의도나 행동에서의 변화(Lascu et al., 1999)로 보며 앞서 살펴본 동조에 관한 사회심리학적 이론들에 기초하여 그 개념과 유형을 설명하고 있다. 소비자행동에서의 준거집단의 영향이란 소비자들이 구매행위 시 준거집단의 견해를 얼마나 고려하는지를 의미한다(백경미, 1993). 준거집단은 소비활동을 할 때 개인의 가치나 행

동에 영향을 주는 집단을 의미하는데(김영신 외, 2000), 동조행동과 마찬가지로 3가지 개념으로 나뉜다.

첫 번째는 규범제공적 영향인데 이는 동조행동에 관한 연구에서 언급되었던 규범적 영향과 일치하는 내용으로 집단구성원들이 지켜야 할 집단규범에 잘 순응하면 인정이란 보상을 받고 그렇지 못하면 인정받지 못하는 처벌을 받을 수 있다는 것이다. Park 와 Lessig(1977)는 이를 동조의 효용적(utilitarian)영향으로 설명하였는데, 효용적 영향은 개인이 제품을 구매하는 상황에서 자신의 행동이 다른 이들에게 보여지거나 알려짐으로써 중요한 보상이나 처벌이 주어질 것을 인지하기 때문에 집단의 선호나 기대에 따르게 된다(Park & Lessig, 1977).

두 번째는 정보적 영향과 유사한 개념으로 정보제공적 영향이라고도 하는데 전문가의 증언 혹은 친구의 구매경험, 가족의 조언 등이 구매의사결정과정에서 중요한 정보를 제공해줌으로써 구매선택에 영향을 미치는 것(김영신 외, 2000)이다. 구매의사결정 과정에서 소비자들은 제품선택 시 구입하려는 제품에 대한 평가를 내려 합리적인 구매를 하기 원하는데, 소비자가 자신의 직접적인 관찰과 판단으로 제품을 평가할 수 없거나 객관적 표준이 부재할 때(Venkatesan, 1966; 이은정, 1990에서 재인용) 제품평가에 대한 방법 중 하나로 중요하게 여기는 타인으로부터 적극적으로 정보를 탐색하게 되는 것이다(이은정, 1999). 또한 소비자 개개인은 그 사회의 경제체제와 구조, 통용되는 가치관에 걸맞는 소비를 배우게 되고 그 과정에서 사람들과의 비교를 통해 잘 알지 못했던 사실이나 새로운 정보를 얻게 되며 불확실하고 모호한 생각이나 가치관을 확실하게 만들 수 있다(성영신, 1994). 일반적으로 소비자들은 그 정보가 제품에 대한 지식을 확대시켜 줄 거란 믿음이 생길 때 정보를 수용하게 되는데, 이는 직접적으로 의견 선도자에게 물어보거나, 준거집단이 차별적으로 먼저 정보를 전해주거나 또는 다른 사람들의 행동을 관찰함으로써 이뤄지기 때문에 영향을 주는 사람과의 직접적인 교류가 없어도 발생할 수 있다(Park & Lessig, 1977).

마지막은 동일시적 동조행동과 연결되는 개념으로 가치표현적(value-expressive) 영향 또는 비교적 영향으로 설명된다. 가치표현적 영향은 자신이 구매한 제품이 자신의 이미지를 나타내준다는 것으로 이는 두 가지의 목적으로 설명될 수 있다. 하나는 개인이 자신을 표현하거나 자아를 높이기 위해 준거집단을 사용하는 것이고, 다른 하나는 단순히 준거집단을 좋아하기 때문에 영향을 받게 되는 것이다. 자신을 표현하거나 자아를 높이기 위한 경우 자신을 표현하고자 하는 욕구와 개인의 심리적 이미지 및 준거집단 사이에는 일관성이 있어야하지만 단순히 좋아하는 경우는 그렇지 않다(Park & Lessig, 1977). 또한 이은정(1998)은 가치표현적 영향이 비교적 영향과도 같은 개념이라 설명하고 있는데, 비교적 영향은 소비자 자신을 집단의 다른 구성원과 비교하여 집단이 자신을 어떻게 평가하는가를 판단하는 과정이다(이은정, 1998). 이때 소비자의 목적은 자아만족 및 강화를 제공한 집단과 접촉하여 자아향상을 꾀하는 것이기에 동일시의 과정을 거치게 된다(나유미, 1986).

그 밖에 허경옥 외(2006)는 소비에서 나타나는 동조적 행동을 다른 사람과 동일시하려는 의식 또는 준거집단에서 소외되지 않으려는 욕구로 인해 다른 사람의 영향을 받아 수동적으로 선택하는 소비라고 정의하였고, 성영신(1994)은 대중스타와의 동일시 기제 및 준거집단에서 소외되지 않으려는 소속욕구에 의한 소비행동으로서 소비자 자신의 욕구나 필요에 의해서라기보다 남들이 많이 구매하고 사용하는 소비 형태로 나타나는 것으로 동조소비를 개념화 하였다.

따라서 동조소비라는 것은 소비의 과정에서 나타나는 소비자들의 동조적 행동으로서 본 연구에서는 동조소비를 구매결정에 있어 자신의 욕구나 필요보다는 준거집단 또는 타인들의 영향을 더 많이 받는 구매결정의 개념으로 보고자 한다.

3. 동조 및 동조소비 관련 변수

동조는 사람마다 문화마다 그 정도의 차이가 나타난다. 본 절에서는 선행연구를 중심으로 어떤 변수들이 동조행동의 차이를 발생시키는지 살펴봄으로써 동조소비에 영향을 미치는 변수들을 추측하고자 한다. 동조와 관련된 변수는 크게 사회 인구학적 변수, 성격변수, 집단특성변수, 과업 및 상황관련 변수로 나눌 수 있다.

1) 사회 인구학적 변수

사회 인구학적 변수 중 성별에서는 여성이 남성에 비해 높은 동조성을 보인다는 점이 널리 알려져 있고 이는 여러 선행연구들을 통해 입증되었다(김현민, 1984; 권재욱, 1993). 김나연(2000)의 연구결과에서도 특정 구매행동에서 뿐만 아니라 일반적인 상황에서도 여학생이 남학생보다 준거집단에 대해 동조적인 성향이 더 강함을 알 수 있다. 규범적 영향에 의한 의복 동조성 연구(강혜원, 1996)에서도 여자가 남자보다 규범적 영향에 의한 의복 동조를 많이 하는 것으로 나타났는데, 이는 여자가 유행, 규범 등에 더 민감하기 때문이라고 하였다. 이은정(1998)의 연구에서는 청소년의 준거집단에 대한 동조정도에 대해서는 성별의 차이가 나타나지 않았으나, 이를 하위 유형으로 나눠 측정한 결과 남학생은 가족으로부터 규범적, 비교적 영향을 많이 받으며, 여학생은 남학생에 비해 친구로부터 정보적 영향을 많이 받는 것으로 나타났다. 반면 동조성에 관한 최근의 연구결과에서는 남녀 간에 차이가 없다는 결론도 나오고 있는데 이에 대해 권재욱(1993)은 과거에 비해 여성들의 사회 참여 증가와 사회에서의 주도적 역할이 증가함에 따라 달라졌을 것이라 추측하기도 하였다.

나이에 따른 동조성향에 관해서는 연구마다 결과가 상이하다. 일반적으로 성인보다는 청소년의 동조성향이 높다고 알려져 있는데 청소년들이 학

교라는 울타리 안에서 친구들과의 상호작용 및 비교할 기회가 많기 때문이다. 김홍복(2001)에 따르면 청소년들은 소비에 있어 남의 눈을 의식하는 경향이 강해 다른 친구들이 어떤 상품의 제품을 갖고 있느냐에 많은 관심을 갖는다고 한다. Park과 Lessig(1977)는 학생과 주부의 준거집단에 대한 영향력 차이를 밝힌 연구에서 청소년집단의 동조성이 가장 높은 이유에 대해 청소년들이 상호작용을 하는 집단의 구조가 다른 사회적 집단에 비해 더 많은 규칙과 규범들을 내포하는 경향이 있기 때문이라고 설명하였다. 이은정(1998)은 청소년 내에서도 학년이 낮을수록 가족으로부터 규범적, 비교적 영향을 많이 받고, 학년이 높을수록 친구로부터 정보적 영향을 많이 받는다는 것을 밝혀냈다. 또한 20대가 30대보다 규범적 영향에 의한 의복 동조성이 높게 나타나는데, 이는 청년 후기에 속하는 대학생이 30대보다 동료집단의 영향을 강하게 받고 의복을 동조의 수단으로 삼기 때문이다(강혜원, 1996). 이는 청년기에는 의복이나 몸치장으로 불안감을 보완하려 하며 의복이나 외모로 사회적 승인을 받으려는 경향이 높다(신초영, 2001; 재인용)는 연구와도 일맥상통한다.

또한 이선재(2005)의 연구에서는 50대 이상의 연령층이 의복의 동조행동과 상반되는 개념인 의복독립행동을 많이 한다고 하였는데 이는 연령이 높을수록 타인을 모방하거나 의지하기보다는 자신의 판단하에 의복행동을 하고 자신에게 편하고 좋은 것을 찾고자 하기 때문으로 해석하였다. 이는 50대 이상의 소비자들이 개성과 편의를 추구하는 쇼핑성향을 보인다(나현정, 2003)는 연구결과와도 같은 의미로 볼 수 있겠다.

2) 성격변수

개인의 성격특성에서는 친화욕구, 사회적 태도, 자아존중감, 자신감, 자존심 등이 관련변수로 많이 알려져 있다.

우선 친화욕구가 강할수록 동조성이 높다.

한경희(2005)에 따르면 Schachter는 불확실한 상황 속에서 타인들이 취

한 태도나 행동이 주요 정보원이 되어 사람들이 동조하게 되는 과정을 설명하고 있으나 거기에는 타인들에 대한 친화욕구가 중요한 요인으로 작용했을 것이라 주장했다. 만약 다른 사람들에게 호의적인 감정이 없고 싫어하거나 거리감을 가졌다면 그들의 행동에 동조하는 경향성은 분명히 적게 나타날 것이기 때문이다. 반대로 다른 사람들과의 친화욕구가 강하다면 그들과 같은 행동을 취하는 경향은 증가할 것이라고 설명하였다. 이는 Jackson과 Saltzstein(1985)의 연구에서도 잘 나타나고 있는데 이들은 개인이 집단에 대해 가지는 매력과 집단이 개인을 수용하려는 정도에 따라 네 가지 집단으로 나눠 동조성 정도를 알아보았는데, 집단과 개인의 상호작용 정도와 호의도가 높은 집단의 동조성이 가장 높게 나타남을 확인하였다. 또한 사회적 태도에 따라서도 동조성 정도가 다르게 나타나는데, 이영선(1984)은 자유-보수주의적 태도와 의복에 대한 태도와의 관계를 연구한 결과 전통과 규범을 중시하는 사람은 집단의 규범을 따르는 경향이 있지만 자유주의적인 사람은 동조와는 거리가 멀다는 것을 밝혀냈다.

기존의 연구에서 동조성과 가장 많이 언급된 성격변수는 자신감과 자아존중감이다. 자아존중감이란 자신에 대한 긍정적인 평가를 포함하는 개념으로서 총체적 자아개념(편세린, 1997)을 의미한다. 자아존중감은 동조와 준거집단 연구에서 자신감과 유사한 의미로 사용되었는데, 이러한 성격적 특징을 가지는 사람은 대개 집단의 영향을 덜 받는다고 알려져 있다. 즉 자신감은 집단에 대한 신뢰와는 반대되는 요인으로 자기의 판단력에 자신감이 많을수록 동조행동을 덜 하게 되는 것이다(권재욱, 1993).

박혜선(1991)의 연구에서는 자존심을 의복동조의 유형별로 살펴보기도 하였는데, 자존심이 낮은 사람들은 의복을 자존심을 높이기 위한 수단으로 사용하여 자신이 이상적으로 생각하는 대상을 모방하는 동일시적 동조를 많이 하고, 자존심이 높은 사람들은 사회의 의복규범을 의식해 규범적인 의복동조를 많이 하는 것으로 나타났다. 또한 자존심이 강한 사람은 자기에 대한 확신이 강하고 독립적인 반면, 자존심이 약한 사람은 다른 사람의 지지를 원하고 그들에게 잘 보이려 하기 때문에 동조행동을 더 많이 하게

된다(김한나, 2000).

대학생의 소비가치관에 따른 구매유형과 소비지출 행동을 연구한 김나영(1997)은 소속감과 원만한 대인관계, 안전 등을 중시하는 사회적 관계 중시형의 경우 동조 소비성향이 높다고 하였는데 이는 타인과의 원만한 생활을 중시하므로 구매에 있어서 다른 사람의 영향을 많이 받기 때문이다. 성영신(1994)의 연구에서도 소속되고 싶은 욕구가 큰 사람, 권위에 복종적인 성격, 집단에 의존하려는 성격, 자신의 성취감보다는 타인과의 인정과 조화를 더 중시하는 성격, 대인관계의 갈등을 피하고 안정적으로 살아가려는 성격의 소유자는 집단의 규범을 잘 따르고 동조하는 경향이 강하다는 것을 알 수 있다.

3) 집단특성 변수

Asch와 Rosenberg의 실험에 따르면(권재욱, 1993에서 재인용) 집단의 수가 늘어날수록 동조성은 일반적으로 증가하지만 어느 일정 수준에 이르면 더 이상 동조성은 증가하지 않고 정체기에 도달한다. 그는 또한 논쟁의 여지가 있는 이슈에 대해 집단 내 구성원들의 의견이 만장일치할 경우 그렇지 않은 경우에 비해 동조성은 증가한다는 것을 발견하였다.

개인이 집단에 대한 신임도가 어느 정도인가에 따라서도 동조성은 달라지게 되는데, 특히 개인이 정보적 원천으로 삼는 타인이 여러 명일 경우 정보량은 월등히 풍부해져 집단이 동의하는 의견이나 행동에 대한 신임도는 증가하게 된다. 집단에 대한 신임도가 증가하면 개인이 집단을 동조함으로써 사용할 수 있는 지식의 양도 증가하게 되므로 집단에 대한 신임이 크면 클수록 동조 또한 많아진다고 할 수 있다(권재욱, 1993).

Lascu(1999)는 동조성이 집단의 매력 정도에 따라 증가하기 때문에 집단의 목표가 뚜렷할 때, 집단 내 구성원들의 동조수준 또한 높아질 것이라고 추측했으며 실제로 많은 선행 연구들이 이를 뒷받침하고 있다.

또한 집단과 개인의 유사성 정도에 따라 동조성이 달라진다는 주장도 있는데, 만약 개인이 생각하는 중요한 측면에서 집단과 다름을 느낀다면 동조하고자 하는 집단으로서 수용되기가 힘들지만, 개인 자신이 중요하다고 생각되는 부분에 있어 집단과 유사성을 느낀다면 동조집단으로 수용되기가 더 쉬워지는 것이다(Festinger, 1953). 즉 사람들은 동조를 함에 있어 자신과 이질적인 대상이 아닌 유사한 집단을 동조하는 경향이 있다는 것이다.

4) 과업 및 상황관련 변수

Allen에 따르면 동조행동은 상대적으로 판단이 어렵거나 애매모호할 때, 그리고 수행이 어려운 상황에서 강해진다(한경희, 2005). 이는 모호한 상황 또는 객관적인 판단의 기준이 없는 상황에서 타인의 판단이 사회적 기준의 역할을 하게 되기 때문이다(Sherif, 1936; 김주희, 2008에서 재인용). Asch는 Sherif가 피험자들에게 제시했던 것 보다 명료한 실험자극을 제시했을 경우 동조성의 정도가 감소한다는 사실을 통해 자극물이 모호할 때 개인이 집단에 동조할 가능성이 증가한다는 것을 발견하였다(김주희, 2008).

과업의 중요성 또한 동조성을 변화시키는 요소이다. 과업이 중요할수록 집단 규범에의 동조는 감소하는데 사실 동조성은 그룹에게는 중요하지 않으나 개인에게 중요한 과업일수록 감소한다(Snyder et al., 1960; Lascau, 1999에서 재인용). 그러나 과업의 중요성이 비동조를 필수적으로 이끌어내는 것은 아니다. 만약 과업이 개인과 집단 구성원 모두에게 중요하다면 그때 동조수준이 올라갈 것이다(Crowne and Liverant, 1963; Lascau, 1999에서 재인용)

이와 같이 동조행동에 영향을 주는 요인들은 다양하게 연구되어 왔지만 아직까지 ‘불안’에 대해서는 실증적인 연구가 전무하다고 할 수 있다. 하지

만 동조가 집단에서 인정받고 소속감을 얻기 위한 욕구로부터 비롯되고 (규범적 동인), 자신의 행동이나 신념의 정확성 판단을 위한 정보획득의 목적을 지니며(정보적 동인), 자신이 이상적으로 생각하는 대상을 동조함으로써 자아를 높이고 싶은 욕구(동일시적 동인)로부터 발생된다는 것을 고려할 때 불안은 동조를 일으키는 중요한 변수가 될 수 있을 것이다.

제 3 절 불안과 동조소비의 관계

본 연구는 불안과 동조소비사이의 관련성을 밝히는 것을 그 목적으로 하고 있지만 현재까지 불안과 동조소비와의 관련성을 다룬 연구는 찾아보기 힘들다. 다만 두 변수의 관계를 추측해 볼 수 있는 이론과 의복행동과 불안과의 관계를 다룬 소수의 연구만이 존재할 뿐이다. 의복행동 또한 소비행동의 하나로 간주될 수 있기 때문에 의복행동과 불안과의 관계를 다룬 연구들은 동조소비와 불안과의 관계를 밝혀나가는 데 도움을 줄 수 있을 것이다. 따라서 본 장에서는 아직 많이 다뤄지지 않아 조금은 생소할 수 있는 불안과 동조소비와의 관계를 도출해 볼 수 있는 여러 가지 근거들을 선행연구들을 통해 찾아보고자 한다.

1. 불안과 동조소비에 관한 이론

불안과 동조소비와의 관계를 추측할 수 있게 해 주는 가장 핵심적인 이론은 ‘자아방어기제론’일 것이다. 자아방어기제는 Frued의 불안 연구에서 언급 되었듯이 사람들에게 정신 내적 갈등이나 외부 환경적 요구와의 갈등으로 인해 불안이 발생될 때 자아가 불안을 다루기 위해 사용하는 방법이다(계은주, 2001 재인용). 방어기제는 인간의 생활 경험에서 직면하는 충동, 욕구, 열등감, 불안에 대응하여 자기를 보호하려는 심리적 양식이며

(Kolb & Brodie, 1982), 인간이 내적 긴장과 불안에 대항하여 자신을 보호하려는 심리적 책략이기도 하다(이정균, 1981). Dollard와 Miller(김주희, 2008에서 재인용)에 따르면 동조반응은 집단과 불일치하는데서 야기되는 불안에 대한 방어기제로써 사용되는데, 집단압력이 들어왔을 때 동조를 하지 않을 경우 집단에서 배척될 것이라 예상하기 때문에 불안이 발생하고, 개인의 동조반응은 이와 같은 불안을 즉각 감소시켜 보상을 받게 한다고 주장하였다.

아직까지 불안을 해소하기 위한 기제로서의 동조소비를 직접적으로 언급한 선행연구는 없으나 소비가 언급된 적은 있다. 조성호(1999)는 한국판 방어유형 질문지 타당화 연구에서 성숙성 위계에 따라 방어유형을 도출하고 미성숙한, 적응적, 자기 억제적, 갈등 회피적 등의 4개의 유형을 분류하였는데, 그 중 미성숙한 유형 속에 소비가 포함된다고 언급하였다. 또한 이흥규(1988)는 특성불안이 높을수록 방어기제의 사용이 많아지며 미성숙한 방어기제를 사용하게 된다고도 하였다.

기존의 연구 중 동조의 개념을 설명하면서 Newcomb와 Heider의 균형이론(balance theory)이 언급되기도 하였는데, 균형이론은 사람들이 자신이 가지고 있는 신념이나 태도간의 일관성을 유지함으로써 심리적 안정감을 찾으려는 경향성으로 사람들은 자신이 기존에 가지고 있던 생각이 외부에서의 자극으로 인해 불균형 상태가 발생되면 심리적 안정이라는 균형상태로 돌아가기 위해 자신의 신념 또는 태도를 변화시킨다(김주희, 2008)는 것이다. 여기에서 언급된 심리적 불균형 상태는 앞서 말한 불안 상태와도 유사한 것으로 자신이 가지고 있는 가치관이나 생각이 다른 사람들과 일치하지 않을 때 불균형 상태가 발생할 수 있고 이를 균형상태로 유지하기 위해 다른 사람들의 생각이나 행동에 동조하고 순응하게 될 수 있는 것이다. 또한 Newcomb 등은 개인과 긍정적 관계를 맺고 있는 외부대상으로부터 메시지를 받았을 때, 그 내용이 개인의 것과 일치하지 않을 경우 인지 요소들 간의 불일치가 일어나고 이때 나타나는 인지부조화를 없애기 위해 위해서 크게 3가지 유형의 적응행동이 일어난다고 하였다(권

재욱, 1993). 첫 번째 유형은 외부 메시지의 내용과 일치하는 방향으로 자신의 태도를 변화시키는 것이고, 두 번째 유형은 외부대상에 대한 긍정적인 태도를 바꾸는 것(외부대상의 거부), 마지막 세 번째 유형은 전달된 외부 메시지의 의미를 잘못 해석으로 자폐적으로 불일치된 특성을 잊어버리는 것이다. 여기에서 첫 번째, 두 번째 유형만이 동조에 관한 연구에서 다루지고 있는데 첫 번째 유형은 우리가 흔히 생각하는 동조행동이란 것이고, 두 번째 유형은 비동조 행동으로서 집단의 압력에 동조하지 않는 대신 집단을 평가절하 해버리는 현상으로 집단을 더 이상 신뢰하지 않게 됨으로써 집단과 개인 간의 불일치가 해결되는 것이다(권재욱, 1993).

또한 김주희(2008)는 동조의 동기를 설명함에 있어 Miller와 Dollard(1950)의 학습이론(learning theory)과 함께 불안을 언급하고 있다. 이들에 따르면 외부에서의 사회적 압력이라는 자극이 들어왔을 때, 개인이 이에 동조하지 않는 것은 집단에 대한 일종의 공격으로 간주될 수 있고 이는 개인을 심리적으로 불안정하게 만든다. 하지만 일단 개인이 동조반응을 보이면 그로 인한 보상으로 안정적인 심리상태를 유지할 수 있기 때문에 이후에 이와 같은 상황에 직면할 때 예전에 강화 받은 바 있는 동조행동을 반복하게 될 확률이 증가하게 된다. 즉 불안정한 상황에서의 동조가 심리적 안정을 가져다준다는 학습을 통해 사람들은 이후에도 불안이 발생할 때 동조행동을 함으로써 안정된 상태를 유지하길 원하게 되는 것이다. 소비행동에 있어서도 이와 같은 원리가 적용될 수 있으며 따라서 소비자들이 집단압력에 의한 불안정한 감정이 발생할 때 동조소비를 통해 안정된 상태를 학습하게 되는 것이다.

2. 불안과 동조소비에 관한 선행연구 : 의복행동을 중심으로

불안과 동조소비에 관한 선행연구들은 주로 의복을 중심으로 연구되어 왔다. 많은 구매 또는 소비행위 중 불안이 의복행동과 가장 많은 연구가 이뤄진 것은 의복이 가지는 사회적 역할 때문일 것이다. 의복은 집단의 소속감, 자신의 개성을 표현하는데 사용됨으로써 불안감을 해소하고 안정감을 얻게 만들어 준다(강혜원, 1974). 심은선(1987)의 연구에 의하면 여고생들은 불안정도가 증가하면 의복을 통해 공격, 억압, 동일시, 보상 등 다양한 방어기제의 사용이 높아진다고 한다. 신초영(2001)에 의하면, Humphrey 등은 불안정한 자기개념을 갖고 있거나 사회적으로 불안한 남녀 청소년들이 의복의 구매, 관리에 더욱 관심을 나타낸다고 하였고, Lapitsky는 사회적 안전감이 높은 사람은 의복을 자신의 개성을 표현하는 수단으로 사용하지만, 사회적 불안감이 높은 사람은 의복을 사회적인 환경에 대응하기 위한 수단으로 사용하며 의복의 사회적 가치를 높게 평가한다고 밝혔다. Carolin(1971) 등도 연구를 통해 사람들마다 옷을 평가하고 사용하는 방식에 차이가 있고 이 차이들은 사회적, 정신적 변화, 특히 불안 심리와 관계가 있다고 하였다(이소정, 1997; 재인용). 강혜원(1974)의 연구에서도 사회적 안정감이 높은 사람은 자신을 표현할 수 있는 의상에 관심이 높고, 사회적 불안감을 가진 사람은 동조성에 관심이 높다고 하였으며, 동조행동으로 생겨나는 유행을 언급하며 유행은 모방을 용납해주기 때문에 불안한 사람들에게 심리적인 도움을 준다고도 하였다.

의복은 동료집단의 승인이나 소속감의 강화를 위한 도구가 되는데, 특히 청소년들은 역할의 모호성이나 심리적 변화에서 오는 불안을 동료들과 비슷한 의복을 착용함으로써 해소하려고 한다(임숙자 외, 1987). 노년기 여성의 사회적 불안감과 의복행동과의 관계를 연구한 임치경(1985)은 사회적 불안감이 높을수록 의복의 사회적 인정성, 심리적 의존성을 중시한다고 하였으며, 서울시내 여고생을 중심으로 의복행동과 사회적 안전감-불안감과의 관계를 연구한 최혜선(1981)은 사회적 불안감이 높은 여고생들

은 사회적 안전감이 높은 여고생들과 의복의 심미성, 예의성, 흥미성, 심리적 의존성, 사회적 인정성에서 유의한 차이를 보였다고 하였다. 또한 불안이 높은 사람은 불안 때문에 남과 다르거나 독창적인 생각을 두려워하는 경향이 있어 의복의 동조성에 관심이 많다(Horn, 1981; 이은실, 2001에서 재인용).

이와 같이 선행연구들 통해 사회적인 불안감이 높은 사람들은 의복소비를 통해 불안의 감정을 해소하려는 경향을 가졌다는 것을 확인할 수 있다. 특히 의복을 통해 사회적 인정성과 집단의 승인 및 소속감을 얻으려 한다는 연구결과들이 많았는데 이는 의복행동 자체가 동조행동의 주된 동인이 되는 사회적 인정, 친밀, 소속 등이라는 것을 고려할 때, 불안과 동조소비와의 관련성도 존재할 것이라는 추측이 가능하다. 또한 불안은 결핍으로부터 발생된다. 사람들은 자신이 속한 집단에서 인정받지 못하고 배척당할 때 불안하고, 자신의 행동이나 생각이 옳고 그른지에 대한 판단이 서지 않을 때 불안하고, 자아에 대한 충족감을 느끼지 못할 때 불안하다. 이처럼 사회적 동물인 인간에게 발생하는 자연스런 욕구들이 충족되지 못할 때 사람들은 불안해하고 이런 불안의 감정들을 해소시키기 위해 동조소비라는 기제를 선택하게 될 가능성이 높다. 이는 소비행동에서도 유사한 적용이 가능한데, 즉 소비자들은 사회에서 느끼는 심리적인 불안감을 동조소비행동을 통해 해소시킬 수 있는 것이다. 따라서 본 연구에서는 사회적 불안감이 동조소비행동을 유발시키는 변수인지를 밝히기 위해 탐색적이고 실증적인 연구를 실시하고자 한다.

제 3 장 연구문제 및 연구방법

본 장에서는 앞서 살펴본 이론적 배경과 관련 연구 고찰을 바탕으로 불안과 동조소비와의 인과관계를 밝히기 위한 연구문제 및 연구모형을 설정하고, 이를 측정하기 위한 변수들을 조작적으로 정의한다. 그리고 실증연구를 위한 조사도구의 구성과 분석방법에 대해 설명하고자 한다.

제 1 절 연구 문제

[연구문제 1] 소비자들이 경험하는 불안은 어떠한가?

- (1) 소비자들이 느끼는 불안의 수준은 어떠한가?
- (2) 소비자들이 느끼는 불안은 어떻게 유형화 되는가?

[연구문제 2] 소비자들의 동조소비성향은 어떠한가?

- (1) 소비자들이 느끼는 동조소비의 수준은 어떠한가?
- (2) 소비자들이 느끼는 동조소비는 어떻게 유형화 되는가?

[연구문제 3] 소비자들의 불안과 동조소비는 어떠한 관계가 있는가?

- (1) 불안은 하위유형별로 어떤 동조소비에 영향을 미치는가?
- (2) 동조소비에 영향을 미치는 불안의 유형별 상대적 영향력은 어떠한가?

제 2 절 연구 방법

본 절에서는 연구에 사용된 핵심 개념인 불안과 동조소비를 정의하고 각 척도들에 대해 설명한다.

1. 용어의 조작적 정의 및 측정도구

1) 불안

본 연구는 일상생활 속에서 느끼는 불안이 동조소비에 영향을 미친다는 가정에서 출발하였다. 본 연구에서는 불안을 현대의 소비자들이 사회의 다양한 현상으로부터 느끼게 되는 개인적, 실존적 불안이라고 조작적으로 정의하였다. 불안의 척도를 구성하기 위해서 다양한 관련연구(주영숙·김정휘, 1996; 송관재, 2005; Leary, 1983)들을 참고하였고, 별도의 예비인터뷰도 실시하여 척도에 반영하였다. 예비인터뷰는 8명의 대학원생 및 직장인을 대상으로 개별 인터뷰를 진행하였고, 요즘 가장 자주 느끼는 불안과 그 이유 및 불안 해소 방법 등에 대해 질문을 하였다. 불안을 자주 느끼는 대상 및 이유가 불안의 척도에 반영되었는데, 반영된 불안의 대상은 짧게 요약해 <표 3-1>에 제시하였다. (자세한 내용은 <부록> 참조)

2) 동조소비의 조작적 정의 제시

본 연구에서는 동조소비를 소비행동에서의 동조성 정도로 조작적 정의를 하였다. 즉 소비자들이 구매의사결정을 하는 과정에서 타인을 의식하고 그들에게 영향을 받는 정도를 측정하기 위한 것으로 규범적, 정보적, 동일시적 동조를 모두 포함하는 개념이다.

동조소비성향 정도를 측정하기 위한 척도로 기존의 동조 및 의복동조에 관

한 선행연구들의 척도를 참고하였다. 특히 본 연구에서 정의한 소비행동에서의 동조성 정도를 잘 나타내준다고 생각된 ‘의복 동조에 관한 연구(박혜선, 1990)’의 척도들을 주된 척도로 참고하였는데, 의복으로 좁게 정의된 척도를 주제에 맞게 소비전체로 변형시켜 사용하였다. 규범적 동조소비, 정보적 동조소비, 동일시적 동조소비 3가지로 나뉜 동조소비의 내용은 <표 3-2>에 제시 하였다.

<표 3-1> 예비 인터뷰자들의 자주 느끼는 불안 및 불안의 동인

	성별	나이	자주 느끼는 불안의 종류 및 불안의 동인
사례1	여	29	성취, 기대와 현실과의 괴리감
사례2	여	28	진로, 미래의 인생, 인생의 중요한 결정, 막막함
사례3	남	30	기회에 대한 불안, 제한된 자원으로 최대의 만족을 얻어야 한다는 압박감
사례4	여	27	주위사람들의 기대에 부응해야 생각, 뒤처지는 느낌
사례5	여	33	진로에 대한 불안, 건강, 노화 등 앞으로의 미래, 생애에 대한 불안
사례6	여	32	사회적 기준에 부합하고 나이에 맞는 생활을 해야 한다는 부담감
사례7	여	27	시간 활용, 갖고 있는 것을 잃는 것에 대한 불안
사례8	여	28	공동체에서의 소외, 상대방이 나를 어떻게 받아들일까 하는 생각으로부터의 불안 사랑받고 인정받고 싶은 욕구

<표 3-2> 동조소비 하위유형

동조소비 유형	내용
동일시적 동조소비	자신이 좋아하거나 매력적 또는 이상적으로 생각하는 사람과 일치감을 느끼기 위해 그들이 소유한 물건을 똑같이 구매하거나 구매의사결정과정에서 그들의 제품을 대단히 신뢰하는 것
정보적 동조소비	구매 전 또는 구매행동을 하는 가운데, 준거집단이나 다른 사람들의 소비를 주된 정보원으로 활용해 이를 자신의 소비에 반영하는 것.
규범적 동조소비	소비행위를 할 때, 자신이 속한 집단에서 인정받거나 배척당하지 않도록 사람들의 소비행위에 동조하는 것

제 3 절 자료의 수집 및 분석 방법

1. 자료의 수집방법

1) 예비조사

본 조사에 앞서 총 2회의 예비조사가 실시되었다. 1차 예비조사는 2012년 3월 15일부터 29일까지 약 2주 동안 서울대 대학원생 및 직장인 약 8명을 대상으로 불안에 관한 사전 인터뷰를 실시하였다. 먼저 조사대상자들에게 불안이란 감정이 느껴지는 상황 또는 불안이란 감정이 어디로부터 오는지 등 불안의 대상에 대한 질문을 중점적으로 물어보았고, 이 인터뷰를 통해 얻어진 내용들은 이후 불안에 관한 질문지를 구성하는데 활용되었다.

2차 예비조사는 1차 사전 인터뷰를 통해 얻은 내용과 선행연구를 통해 구성된 질문지 문항과 척도의 신뢰도, 타당도를 검토하기 위해 2012년 4월 23일부터 약 일주일간 소비자학 전공 대학원생과 일반 대학생을 대상

으로 예비조사를 실시했다. 총 30부를 분석해 척도와 문항을 검증하였다. 예비조사에서는 불안에 대한 문항을 좀 더 다양하게 구성하여 실시하고 요인분석을 통해 본 조사에서 사용할 척도 및 문항을 선정하였다. 예비조사를 통해 의미가 모호하거나 유형에 어울리지 않는 문항은 삭제 및 수정되었고 이를 통해 선정된 척도들이 최종 설문지에 사용되었다.

2) 본 조사

예비조사를 기초로 수정한 질문지를 이용해 인터넷 조사를 실시하였다. 인터넷 조사는 2012년 5월 9일부터 약 5일간 진행되었으며, 인터넷 조사 전문업체의 패널을 대상으로 실시되었다. 총 500 사례가 수집되었으며 이중 부실 기재된 것을 제외한 나머지 486부가 분석에 사용되었다.

2. 자료의 분석 방법

본 연구에서는 SPSS 18.0 프로그램을 이용해 자료를 통계 처리하였다. 연구목적에 따른 연구문제를 규명하기 위해 사용된 분석기법은 다음과 같다.

조사대상자의 일반적 특성을 파악하기 위해 기술통계 및 빈도분석을 실시하였다. <연구문제1>과 <연구문제2>에 해당하는 불안과 동조소비의 수준과 그 하위유형을 나누기 위해서는 t-test, 일원분산분석과 요인분석을 실시하였다. 이를 바탕으로 <연구문제3>에 해당하는 동조소비에 영향을 미치는 불안 변수들의 영향력을 알아보기 위해 중회귀분석을 실시하였다.

3. 조사대상자의 일반적 특징

전체 조사대상자는 총 486명으로 남성이 242명으로 49.8%, 여성이 244명으로 50.2%를 차지하였다. 연령은 각각 10대 95명, 20대 95명, 30대 98명, 40대 99명, 50대 99명으로 세대별로 고르게 표집이 되었다. 결혼 여부를 기준으로 보면, 미혼이 232명으로 47.7%, 기혼이 240명으로 49.4%, 기타(이혼, 사별)가 14명으로 2.9%를 차지하였다.

학력은 고등학교 졸업 이하가 215명으로 44.8%, 전문대/대학교 졸업이 244명으로 50.2%, 대학원 졸업이상이 27명으로 5.6%를 차지하였다. 고등학교 졸업 이하가 많은 수를 차지하고 있는 것은 조사 대상자 중 상당수가 10대에 속해 있기 때문이다.

직업은 전일제 고용직이 198명으로 40.7%, 파트타임 고용직이 21명으로 4.3%, 학생이 144명으로 29.6%, 무직이 10명으로 2.1%, 전업주부가 69명으로 14.2%, 자영업자가 44명으로 9.1%를 차지하고 있었다.

월 평균 개인 소비지출(용돈)은 20만원 이하가 89명으로 18.3%, 20-40만원 미만이 166명으로 34.2%, 40-60만원 미만이 109명으로 22.4%, 60-80만원 미만이 122명으로 25.1%를 차지하고 있었는데 소비지출의 금액차이가 넓게 나타난 것은 조사대상자의 연령대가 10대부터 50대까지 다양하기 때문인 것으로 추측된다.

월 평균 가계소득은 가구 구성원의 총 소득의 개념으로 질문을 하였는데 300-500만원 미만이 196명으로 전체의 40.3%를 차지해 가장 많은 이들이 분포되어 있었다. 마지막으로 거주지역은 서울 및 수도권 지역이 407명으로 83.7%를 차지해 조사대상자의 상당수가 서울 및 수도권 거주자인 것으로 나타났다.

<표 3-3> 조사대상자의 사회 인구학적 특징

항목	구분	빈도 (명)	비율 (%)
성별	남성	242	49.8
	여성	244	50.2
연령대	10대	95	19.5
	20대	95	19.5
	30대	98	20.2
	40대	99	20.4
	50대	99	20.4
혼인상태	미혼	232	47.7
	기혼	240	49.4
	기타(사별, 이혼 등)	14	2.9
학력	고졸이하	215	44.8
	전문대/대졸	244	50.2
	대학원 졸업	27	5.6
직업	전일제 고용직	198	40.7
	파트타임 고용직	21	4.3
	학생	144	29.6
	무직	10	2.1
	전업주부	69	14.2
	자영업	44	9.1
개인소비지출	20만원미만	89	18.3
	20-40만원미만	166	34.2
	40-60만원미만	109	22.4
	60-80만원미만	122	25.1
가계소득	300만원 미만	104	21.4
	300-500만원 미만	196	40.3
	500-700만원 미만	130	26.7
	700만원 이상	56	11.5
거주지역	서울 및 수도권	407	83.7
	중소도시	79	16.3

제 4 장 연구결과 및 분석

본 장에서는 제 3 장의 연구문제에 따라 불안유형에 따른 동조소비와의 관계를 알아본다. 먼저 불안과 동조소비의 수준이 어떠한지 살펴본 후 각 요인을 유형화 한다. 유형화된 요인들을 바탕으로 ‘어떤 불안’이 ‘어떤 동조소비’와 관련성을 가지는지 살펴보고 그 결과를 분석해보고자 한다.

제 1 절 불안의 수준 및 유형

1. 불안의 수준

본 절에서는 불안의 수준과 유형을 알아보기 위해 SPSS 18.0프로그램을 사용해 t-test, 일원분산분석 및 요인분석을 실시하였다. 불안의 유형화를 위해서는 선행연구와 예비조사를 통해 얻은 21개의 문항이 사용되었다.

조사대상자들의 불안수준이 어느 정도인지 알아보기 위해 t-test 및 일원분산분석을 실시하였다. <표 4-1>

성별에 따른 불안수준을 살펴본 결과 총 105점 만점에 남성은 65.28점, 여성은 67.09점으로 여성의 불안수준점수가 남성에 비해 약간 높았고 그 차이는 유의수준 .01에서 유의미한 것으로 나타났다. 이는 여성이 남성보다 불안을 더 많이 느낀다는 선행연구들(송주애, 1987; 이선주, 1997; 신초영, 2001)과 일치하는 결과였다.

<표 4-1> 사회인구변수에 따른 불안수준

구분		불안수준			
		빈도	평균(SD)	t/F	D
성별	남	242	65.28(9.71)	-2.02**	
	여	244	67.09(10.09)		
연령	10대	95	66.94(10.75)	4.51**	a
	20대	95	69.23(9.98)		a
	30대	98	65.16(8.07)		b
	40대	99	66.23(9.45)		b
	50대	99	63.53(10.51)		c
결혼여부	미혼	232	68.18(10.13)	10.54	
	기혼	240	64.13(9.39)		
	기타	14	68.42(9.06)		
학력	고졸이하	215	66.84(10.29)	6.30**	a
	전문대/대졸	244	66.33(9.37)		a
	대학원졸 이상	27	59.74(10.07)		b
개인소비 지출	20만원 미만	89	66.75(10.77)	1.63	
	20-40만원	166	67.27(9.15)		
	40-60만원	109	65.62(9.62)		
	60-80만원	122	64.82(10.51)		
가계소득	300만원 미만	104	67.04(9.27)	1.33	
	300-500만원	196	66.74(9.54)		
	500-700만원	130	65.47(11.16)		
	700만원 이상	56	64.33(9.34)		

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

연령에 따른 불안수준은 10대가 66.94점, 20대가 69.23점, 30대가 65.16점, 40대가 66.23점, 50대가 63.53점으로 10,20대가 30,40대보다, 30,40대가 50대보다 불안을 많이 느끼는 것으로 나타났다. 이 또한 청소년 시기의 높은 불안감에 대해 언급한 선행연구(강혜원, 1974; 조한익 외, 2010)들과 유사한 결과라고 할 수 있다. 결혼여부에 따른 불안수준에서는 미혼이 68.18점, 기혼집단이 64.13점, 기타집단이 68.42점으로 기타집단의 평균점수가 가장 높은 것으로 나타났다. 기타집단은 결혼 후에 사별이

나 이혼을 한 집단으로 상대적으로 불안정도가 더 심한 것으로 보인다. 하지만 집단간 차이는 유의미하게 나타나지 않았다.

학력에 따른 불안수준 차이는 고졸이하의 학력을 가진 집단이 평균 66.84점, 전문대 또는 대학을 졸업한 집단이 66.33점, 대학원 이상의 학력을 가진 집단이 59.74점으로 집단간 차이도 유의수준 .05에서 유의하게 나타났다. 대학원 이상의 학력을 가진 사람들이 그렇지 않은 사람들에 비해 불안 정도가 낮다는 것은 그만큼 학력이 개인에게 방어적인 역할을 해주기 때문인 것으로 해석할 수 있다.

마지막으로 경제적 능력에 따른 불안수준을 알아보기 위해 개인소비지출과 가계소득을 살펴보았다. 개인소비지출은 용돈의 개념으로 측정된 변수로 전체적으로 용돈의 액수가 많을수록 불안점수는 낮게 나타났고, 가계소득수준에서도 소득이 많은 집단의 불안점수가 낮은 것으로 보아 경제적으로 안정될수록 불안을 덜 느낀다는 것을 알 수 있다.

2. 불안의 유형

기존의 불안에 관한 여러 선행연구들을 토대로 비슷한 유형들을 묶어내기 위해 요인분석을 실시하였다. Rotation 방법은 Varimax 직각회전을 실시하였는데, 요인분석 후 회귀분석 같은 추가적인 분석을 위해서는 직각회전방식을 취해야만 요인들 간의 상관관계 때문에 발생하는 다중 공선성을 방지할 수 있기 때문이다(채서일, 2003).

요인분석을 실행하기 앞서 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)와 Bartlett의 구형성 검정, 상관관계분석을 실시하였다. KMO는 표본의 적절성을 측정하는 것으로 1에 가까울수록 요인을 분석하기에 적합함을 의미하고 Bartlett의 구형성 검정은 변수들 간의 상관이 0인지를 검정하는 것으로 구형성 검정 통계치가 크고 그에 따른 유의확률이 작을수록 요인분석하기에 적합함을 의미한다(성태제, 2009). 또한 상관관계분석에서 0.9 이상인 문항은 같은 질문을 반복하고 있다고 볼 수 있으므로 사전에 제거해야 한

다(김규원 외, 1999). 데이터의 검정결과 KMO는 0.84의 값을 나타냈고 Bartlett 구형성 검정의 유의확률은 $p < .001$ 수준에서 통계적으로 유의하였고, 상관관계도 0.9이상인 문항이 없어 요인분석을 실시하는데 적합하다고 판단하였다. 요인분석의 결과는 다음의 <표 4-2>와 같다.

본 연구에서는 적절한 요인의 수를 결정하기 위해 다양한 방법으로 요인분석을 실시하였고, 이때 고유치(Eigen Value), 누적분산비율, 스크리 검사 등을 고려하였다. 최종적으로 고유치가 1이상인 항목만을 포함해 총 5개의 요인이 도출되었다. 각 요인의 설명력을 살펴보면 요인1은 14.31%, 요인2는 12.52%, 요인3은 10.96%, 요인4는 10.76%, 요인5는 10.47%의 설명력을 보였다. 또한 각 요인별 내적 신뢰도를 살펴본 결과 요인1은 0.82, 요인2는 0.79, 요인3은 0.72, 요인4는 0.68, 요인5는 0.72로 나타났다. 일반적으로 크론바하 알파 계수가 0.6 이상이면 신뢰성이 있다고 보며, 전체 변수(항목)를 하나의 척도로 종합하여 분석할 수 있다(노형진, 2005). 따라서 문항간의 내적 일치도는 신뢰할 만한 수준이고 불안을 유형화한 문항이 적절히 구성되었다고 볼 수 있다.

요인 1은 진로나 노후 문제 등 앞으로의 닥칠 시간에 대한 막연함이나 준비부족으로 인해 느끼는 생애불안과 관련된 문항들로 ‘생애불안’으로 명명하였다. 요인2는 자신이 가지고 있는 정보 및 사회적 지위와 능력 등이 사회적 기준보다 떨어지거나 남들로부터 뒤처짐으로 사회에서 소외될 것 같은 불안관련 문항들로 구성되어 ‘소외불안’으로 명명하였다. 요인3은 다른 사람으로부터 부정적 이미지나 평가를 받을까봐 두려워하는 문항들로 ‘평판불안’으로 명명하였다. 요인4는 자신에 대한 자신감이나 자신의 선택 및 결정에 신뢰하는 정도에 관한 문항들로 ‘능력불안’으로 명명하였다. 요인5는 사람들과의 상호작용이나 대면상황에서 느끼는 대인관계불안에 관한 문항으로 구성되어 ‘관계불안’으로 명명하였다.

각 불안 하위 유형별 내용은<표 4-3>에 간략하게 정리하였다.

<표 4-2> 불안의 요인분석 결과

문항	요인					신뢰도
	1	2	3	4	5	
요인1	Cronbach' s 알파=.82					0.82
미래 불안						
불안35	.839	.131	.038	.044	.109	
불안36	.799	.139	.125	.092	.105	
불안34	.719	.302	.081	.114	.064	
불안37	.671	-.084	.108	.064	.106	
불안33	.660	.150	-.065	.238	.055	
요인2	Cronbach' s 알파=.79					0.79
뒤처짐/나오 불안						
불안11	.100	.774	.213	.099	.148	
불안12	.029	.774	.194	.114	.119	
불안13	.238	.752	.145	.119	.021	
불안14	.245	.659	-.098	.156	.045	
요인3	Cronbach' s 알파=.68					0.72
부정적 평가 불안						
불안10	.057	.087	.837	-.011	-.033	
불안9	.026	.047	.696	.177	.140	
불안25	.102	.093	.638	.140	.141	
불안6	.054	.369	.603	.268	.196	
요인4	Cronbach' s 알파=.72					0.68
능력불안						
불안18	.092	-.011	.092	.762	.222	
불안16	.082	.028	.138	.737	-.031	
불안20	.218	.045	.021	.669	.067	
불안17	.011	.288	.201	.527	.149	
요인5	Cronbach' s 알파=.72					0.72
대인관계불안						
불안2	.074	.115	.194	.032	.787	
불안3	.152	.072	.116	.173	.762	
불안1	.151	.122	-.058	.762	.691	
불안4	-.007	.009	.267	.017	.533	
고유치 (Eigen Value)	3.00	2.63	2.30	2.26	2.19	
요인별 설명력 (%)	14.31	12.52	10.96	10.76	10.47	
총 설명력 (%)	59.01					

<표 4-3> 요인분석을 통해 도출된 불안의 유형

불안 유형	내용
생애 불안	앞으로의 생애나 진로에 대해 가지는 불안
소외불안	사회나 자신이 속한 집단에서 남들에 비해 뒤쳐지진 않을까하는 불안
평판 불안	다른 사람들에게 안 좋은 이미지로 비춰지거나 부정적인 평가를 받을까 두려워하는 불안
능력불안	자기 자신의 능력에 대해 가지는 불안
관계불안	사회생활이나 대인관계 속 사람들과의 상호작용이나 관계 맺기 과정에서 느끼는 불안

불안의 하위유형별 수준 및 정도를 알아보기 위해 평균을 살펴본 결과 <표 4-4>, 생애불안의 평균이 가장 높았고 평판불안이 근소한 차이로 그 뒤를 이었으며, 다음으로는 관계불안과 소외불안이 비슷한 수준으로 높았다. 능력불안은 가장 낮은 평균을 보이고 있었다. 이를 통해 현대 소비자들은 자신의 진로나 은퇴 후의 삶 등 앞으로 직면할 생애에 대한 불안과 사회에서 소외되진 않을까 부정적 평가를 받지는 않을까 등에 대한 불안을 많이 느낀다는 것을 알 수 있다. 또한 유형별 구체적인 내용을 살펴보기 위해 불안유형에 따른 하위 항목들의 평균 및 표준편차도 함께 <표 4-4>에 제시하였다.

<표 4-4> 불안유형별 하위문항의 평균 및 표준편차

불안유형/문항	평균	표준 편차
요인1_생애불안	3.39	.20
장래의 내 직업(진로) 또는 노후문제가 마음에 걸린다.	3.61	.94
앞으로의 인생설계(ex. 진로, 결혼, 노후 등)에 대해 막막하게 느껴질 때가 있다.	3.54	.96
돈이 없어 하고 싶은 일을 못 할까봐 두렵다.	3.43	.92
내 10년 후는 지금보다 더 좋아질 것이므로 미래에 대해 불안하지 않다. ㉔	3.14	.94
갑작스런 질병, 사고, 실직 등 비상시를 위한 경제적 준비가 안되어 있어 불안하다	3.14	.94
요인2_소외불안	3.14	.13
내가 다른 사람들보다 뒤처지게 될 까봐 불안하다	3.18	.98
다른 사람들은 모두 알고 있는 정보를 나만 모르게 될까봐 걱정스럽다	3.00	.95
내 나이 때에 성취해야 하는 사회적 기준들(ex. 취직, 결혼, 임신, 진급, 명예, 지위 등등)에 못 미칠까봐 불안하다	3.08	.96
끊임없이 새로운 것을 배우거나 습득하지 않으면 사회적으로 낙오될 것 같다	3.30	.94
요인3_평판불안	3.32	.23
내가 다른 사람에게 어떤 인상을 주는지에 대해 염려하지 않는다. ㉔	3.37	.84
누군가 나를 평가하는 것을 알아도 이로 인해 영향 받지 않는다. ㉔	3.09	.86
다른 사람들이 나를 어떻게 생각하느냐에 대해 신경을 쓰는 편이다.	3.60	.89
남들이 내 외모를 어떻게 생각하든 상관하지 않는다. ㉔	3.20	.95
요인4_능력불안	2.69	.30
매사에 자신감이 있다. ㉔	2.78	.78
내가 하는 선택이나 결정에 신뢰를 가진다. ㉔	2.37	.78
내 능력은 다른 사람에 비해 결코 떨어지지 않는다. ㉔	3.06	.80
윗 사람이 보고 있으면 일을 잘 못하는 편이다	3.30	.94
요인5_관계불안	3.16	.34
나는 모르는 사람들과 함께 있을 때 대개 불편함을 느낀다.	3.51	.97
나는 사교적 모임에서 자주 불안하고 불편해진다.	2.72	.92
다른 사람과 함께 있을 때보다 혼자 있을 때 마음이 더 편하다.	3.31	.94
대인관계에서 나는 다른 사람들보다 수줍음을 덜 타는 편이다. ㉔	3.09	.91

제 2 절 동조소비의 수준 및 유형

본 절에서는 소비자들의 동조소비수준을 살펴보고 동조소비가 어떠한 하위유형으로 나뉘는지 알아보기 위해 불안과 마찬가지로 SPSS 18.0 프로그램을 사용해 t-test, 일원분산분석, 요인분석을 실시하였다. 동조소비를 유형화하기 위한 요인분석에는 선행연구의 척도를 변형한 5점 리커트 척도의 13개의 하위 문항이 사용되었다.

1. 동조소비의 수준

조사대상자의 동조소비 수준을 알아보기 위해 성별, 연령, 결혼여부, 학력, 개인소비지출 및 가계소득에 따른 동조소비의 점수를 살펴보았다. 우선 성별에 따른 동조소비수준에서는 65점 만점에 남자는 38.10점, 여자는 38.75점으로 여자가 남자에 비해 높은 평균점수를 나타냈지만 그 차이가 유의미하지는 않았다. 따라서 성별에 따른 동조소비 수준의 차이는 없는 것으로 나타났는데, 이는 최근의 선행연구(권재욱, 1993)를 지지해주는 결과임을 알 수 있다.

연령대별 동조소비수준을 살펴본 결과 10대부터 50대까지 동조소비수준이 순차적으로 낮아져 나이가 어릴수록 동조소비수준이 높다는 것을 알 수 있었다. 특히 10대와 20대의 동조소비수준이 3,4,50대에 비해 유의미하게 높았는데 이는 청소년들이 또래집단에 동조하는 경향이 높고(김홍복, 2001; 이은정, 1998). 대학생이 30대보다 동료집단의 영향을 강하게 받는다는 기존의 연구결과들과 그 맥락을 같이하고 있음을 확인할 수 있다.

결혼여부에 따라서도 동조소비수준에 유의미한 차이가 나타나고 있었는데 아직 결혼을 하지 않은 미혼들이 결혼을 하거나 결혼 후 이별이나 사별을 한 소비자들에 비해 높은 동조소비수준을 보였다. 이와 같은 결과는

미혼인 소비자들이 나머지 집단의 소비자들보다 평균 연령이 낮기 때문인 것으로 보여 연령이 동조소비수준에 영향을 미친 것으로 해석할 수 있다.

<표 4-5> 사회인구변수에 따른 동조소비수준

구분		동조소비수준			
		빈도	평균(SD)	t/F	D
성별	남	242	38.10(6.32)	-1.138	
	여	244	38.75(6.11)		
연령	10대	95	40.18(4.95)	11.09***	a
	20대	95	40.96(5.81)		a
	30대	98	37.82(7.21)		b
	40대	99	37.05(5.66)		b
	50대	99	36.28(5.99)		b
결혼여부	미혼	232	39.94(5.65)	14.17***	a
	기혼	240	37.12(6.27)		b
	기타	14	35.78(8.51)		b
학력	고졸이하	215	39.13(6.28)	3.79**	a
	전문대/대졸	244	38.06(6.13)		a
	대학원졸 이상	27	36.07(5.86)		b
개인소비 지출	20만원 미만	89	38.41(5.62)	0.318	
	20-40만원	166	38.72(6.15)		
	40-60만원	109	38.47(6.16)		
	60-80만원	122	38.00(6.81)		
가계소득	300만원 미만	104	37.66(6.73)	1.05	
	300-500만원	196	38.39(5.96)		
	500-700만원	130	38.66(6.26)		
	700만원이상	56	39.41(5.99)		

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

학력수준에서는 대학원 이상의 학력을 가지고 있는 소비자들이 그렇지 않은 소비자들에 비해 평균점수가 낮아 학력이 높을수록 동조소비를 덜

한다는 점을 알 수 있다. 마지막으로 개인소비지출 및 가계소득에서는 집단간 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

2. 동조소비의 유형

동조소비의 하위유형을 알아보기 위해 확인적 요인분석을 실시한 결과 총 3개의 요인이 도출되었다. 각 요인별 설명력은 요인1이 23.77%, 요인2는 17.01%, 요인3은 14.40%의 설명력을 보였으며, 3개 요인의 총 설명력은 55.136%로 나타났다. 요인별 내적 신뢰도는 요인1이 0.83, 요인2는 0.71, 요인3은 0.61로 모두 0.6이상을 보여 3가지 유형의 문항 모두 적절히 구성되었음을 알 수 있다. <표 4-6>

요인 1은 개인이 매력 있다고 여기거나 이상적으로 생각하는 사람들의 모습을 참고하여 그들이 사용하는 옷이나 제품을 구입하는 문항들로 구성되었다. 이는 기존의 동일시적 동조행위와 유사한 개념이라 생각돼 ‘동일시적 동조소비’라고 명명하였다. 요인2는 제품을 구매하기 전이나 구매 과정 속에서 다른 사람들이 소유한 제품이나 브랜드를 참고하여 그들의 구매를 자신의 소비를 위한 정보원천으로 사용하는 문항들로 구성되었다. 이는 동조행동에 관한 선행연구 중 정보적 동조행위와 유사한 개념으로 ‘정보적 동조소비’라고 명명하였다. 마지막 요인 3은 자신이 속한 집단의 기준에 맞추어 소비를 하거나 물건 구매 시 다른 사람들에게 좋지 않은 평가를 받지 않도록 신경을 쓰는 등의 문항으로 이 또한 기존의 동조행동의 하위유형 중 하나인 규범적 동조소비와 같은 맥락의 개념이다. 따라서 요인3은 ‘규범적 동조소비’라고 명명하였다.

<표 4-6> 동조소비의 요인분석 결과

문항	요인			신뢰도
	1	2	3	
요인1_	Cronbach' s 알파=.827			0.83
동일시적 동조소비				
동조소비12	.844	.055	.150	
동조소비13	.821	.157	.071	
동조소비11	.804	.074	.168	
동조소비14	.697	.127	.023	
동조소비15	.605	.077	-.012	
요인2_	Cronbach' s 알파=.710			0.71
정보적 동조소비				
동조소비9	-.019	.716	-.103	
동조소비8	.088	.697	.289	
동조소비10	.257	.653	.005	
동조소비7	.307	.598	.270	
동조소비6	.005	.550	.360	
요인3_	Cronbach' s 알파=.609			0.61
규범적 동조소비				
동조소비1	.127	-.036	.745	
동조소비3	-.005	.173	.725	
동조소비2	.128	.201	.661	
고유치	3.09	2.21	1.87	
요인별 설명력(%)	23.77	17.01	14.40	
총 설명력(%)	55.136			

동조소비의 하위유형별 정도를 살펴보기 위해 항목별 평균과 표준편차를 비교하였다. <표 4-7> 3가지의 하위 유형 중 규범적 동조소비가 3.26점으로 가장 높은 점수를 보였고 그 뒤를 이어 정보적 동조소비가 3.09점, 동일시적 동조소비는 2.64점 순으로 점수가 나타났다. 이는 3가지 유형 중에서도 규범적, 정보적 목적의 동조소비경향이 높음을 알 수 있다. 특히 규범적 동조소비의 점수가 가장 높다는 것은 사람들이 동조적 소비 행동을 할 때 집단의 소속감을 느끼거나 주위사람들에게 인정받기 위해 또는 비난을 피하기 위한 목적으로 소비행위를 한다고 이해할 수 있겠다.

만면 자신이 이상적이라고 생각하거나 닮고 싶은 대상과 동일시되기 위한 목적의 동조소비는 상대적으로 덜 하는 것으로 나타났다.

<표 4-7> 동조소비유형별 하위문항의 평균 및 표준편차

동조소비/문항	평균	표준 편차
요인1_ 동일시적 동조소비	2.64	0.08
내가 좋아하는 사람의 옷 또는 그 사람이 쓰는 제품을 구매하는 경우가 많다.	2.65	.94
내가 매력적이라고 생각하는 사람의 옷 또는 그 사람이 소유한 물건을 모방하는 경우가 많다.	2.66	.95
내가 이상적으로 생각하는 사람이 착용한 옷 또는 그 사람이 쓰는 제품을 구매하는 경우가 많다.	2.74	.94
TV나 잡지 속 연예인들의 패션을 참고해 소비하는 경우가 많다.	2.58	.99
상점에 진열되어 있는 모델의 모습이 맘에 들어 똑 같은 제품을 구매한 적이 많다.	2.53	.96
요인2_ 정보적 동조소비	3.09	0.38
제품 구매 시 주변 사람들로부터 정보를 얻기 보다는 내 주관대로 선택하는 편이다. ㉔	2.72	.80
제품을 구매하기 전 다른 사람들의 의견을 듣기를 원한다.	3.31	.84
다른 사람들이 어떤 물건을 구매하는지 크게 신경 쓰지 않는다. ㉔	2.67	.82
다른 사람들이 어떤 스타일/디자인과 브랜드의 제품을 구매했는지 (또는 하는지) 관찰 한다.	3.19	.88
특정 제품 구매 시 다른 사람들로부터 얻게 되는 정보를 참고해 소비하는 편이다.	3.53	.76
요인3_규범적 동조소비	3.26	0.22
내가 속한 집단의 사람들이 가진 기준에 맞추어 소비한다.	3.10	.81
출근(등교 or 외출 등)을 할 때 내가 속한 집단의 분위기에 맞는 적절한 옷을 입는다.	3.51	.77
물건을 구매할 때 다른 사람들로부터 부정적인 평가를 받지 않도록 주의한다.	3.16	.84

제 3 절 불안과 동조소비와의 관계

본 절에서는 불안과 동조소비와의 인과관계를 알아볼 것이다. 연구는 크게 두 부분으로 나뉘어져 있다. 첫째, 먼저 불안 유형의 구분 없이 전체의 불안이 동조소비의 하위유형(동일시적 동조소비, 정보적 동조소비, 규범적 동조소비)에 미치는 영향을 살펴보고, 둘째, 요인분석을 통해 나뉜 5가지의 불안과 동조소비의 하위 유형들 사이에 어떠한 인과관계가 있는지 알아보려고 한다.

1. 불안의 동조소비에 대한 상대적 영향력

불안과 동조소비와의 인과관계를 살펴보기 위해 중회귀 분석을 실시하였다. 이때 사회 인구학적 변수에 의한 동조소비의 영향력도 고려해 성별, 연령, 결혼여부, 직업, 월평균 개인소비지출, 월평균 가계소득, 거주지역 등의 변수도 함께 포함시켰다. 분석에 사용된 변수 중 연속변수가 아닌 성별, 결혼여부, 학력, 직업, 거주지역 등은 가변수로 만들어 사용하였고, 그 외 연령, 월평균 개인소비지출, 월평균 가계소득은 연속변수로서 원 자료를 그대로 사용하였다. 회귀분석 결과는 <표 4-8>와 같다.

전체불안의 동조소비 하위유형에 대한 상대적 영향력을 알아본 결과 규범적 동조소비를 제외한 동일시적 동조소비 및 정보적 동조소비가 불안에 영향을 받는 것으로 나타났다.

동일시적 동조소비 모형의 F값은 2.208로 유의수준 .01에서 유의미하게 나타나 회귀모형이 통계적으로 유의미하다는 것을 알 수 있었고, 독립변수 간의 다중공선성 문제가 발생하는지를 살펴본 결과, 공차값이 최대 0.962, VIF는 최대 6.431로 나타나 독립변수들 간의 상관관계가 문제되지 않는 것으로 나타났다.

<표 4-8>
동조소비 하위유형에 대한 전체불안 및 관련변수의 상대적 영향력

		하위유형					
		동일시적 동조소비		정보적 동조소비		규범적 동조소비	
		B	<i>B</i>	B	<i>B</i>	B	<i>B</i>
전체불안		.050	.160**	.044	.184***	-.002	-.012
성별 (0=여자)		.188	.026	.219	.039	-.301	-.082
연령		-.031	-.114	-.047	-.226	-.015	-.108
결혼여부 (0=미혼)	기혼	.029	.004	-.063	-.011	.033	.009
	기타	.257	.012	-.774	-.046	-.517	-.047
학력 (0=대학원)	고졸 이하	.181	.024	-.230	-.041	.222	.060
	대졸	.588	.080	.160	.028	.199	.054
직업 (0=전일제 근로자)	파트 타임	.488	.027	-.758	-.055	.774	.086
	학생	.835	.103	.647	.105	.402	.101
	전업 주부 /무직	.443	.044	.056	.007	.572	.116
	자영업	.001	.000	-.016	-.002	-.411	-.065
월평균 개인소비지출		.005	.075	-.001	-.026	.002	.063
월평균 가계소득		.000	.033	.001	.108***	.000	.058
거주 지역 (0=서울/수도권)		-.017	-.002	-.326	-.043	.267	.054
상수		8.853		13.134		9.711	
F		2.208**		5.921***		2.209**	
R ² (%)		6.2		15		6.2	

p* < .05 *p* < .01 ****p* < .001

전체불안수준과 동일시적 동조소비는 정적인 인과관계를 가지고 있어 전체적으로 불안을 많이 느끼는 사람일수록 동일시적 동조소비를 많이 한다는 것을 추측해볼 수 있다. 하지만 모형의 설명력은 약 6.2%로 모형에 대한 신뢰도는 높지 않은 것으로 나타났다.

반면 전체 불안과 정보적 동조소비 모형에서는 그 설명력이 약 15%로 나타났고, 전체 불안수준과 월 평균 가계소득이 정보적 동조소비에 영향을 미치는 변수임을 알 수 있었다. 따라서 전체 불안수준이 높고 월 평균 가계의 소득수준이 높을수록 타인을 정보원천으로 활용하는 정보적 동조소비를 많이 한다고 말할 수 있으며 이는 가계의 소득 수준과 소비 수준이 높을수록, 용돈의 액수가 많을수록 준거집단으로의 영향을 많이 받는다는 선행연구(조영희, 1996; 백경미, 1996; 이은정, 1999)와 일치하는 결과이다. 마지막으로 전체 불안과 규범적 동조소비사이에는 관련성이 없는 것으로 나타났다.

2. 불안의 하위유형별 동조소비에 대한 상대적 영향력

요인분석을 통해 나뉜 불안의 5가지 유형들이 동조소비 하위유형과는 어떤 인과관계를 가지는지 알아보기 위해 중회귀 분석을 실시하였다. 앞의 회귀분석과 마찬가지로 사회 인구학적 변수에 의한 영향력을 고려해 성별, 연령, 결혼여부, 직업, 월평균 개인소비지출, 월평균 가계소득, 거주지역 등의 변수를 포함시켰다. 사회 인구 변수들의 가변수화도 앞의 분석과 같은 방법으로 적용하였다. 또한 회귀분석을 실시하기 이전에 독립 변수들간의 상관관계를 실시하였으며 회귀분석결과는 <표 4-9>와 같다.

우선 불안 하위유형들의 동일시적 동조소비에 대한 상대적 영향력을 살펴본 결과 생애불안이 유의수준 .001에서, 소외불안과 능력불안은 유의수준 .01에서 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났고 이들의 설명력은 8.9%였다. 이 세 가지 불안 중 소외불안의 영향력이 가장 컸고 생애불안

의 영향력은 가장 낮았다. 또한 소외불안과 능력불안은 정적인 영향을 미치고 있는 반면 생애불안은 부적인 영향을 미치고 있었다. 따라서 남들에게 뒤처지거나 사회속에서 소외될 것 같은 불안을 많이 느끼고 자신의 능력에 대한 불안감이 높을수록, 그리고 앞으로의 생애에 대한 불안을 많이 느끼지 않을수록 동일시적 동조소비성향이 높아진다는 것을 알 수 있다.

불안 하위유형들의 정보적 동조소비에 대한 상대적 영향력을 알아본 결과 소외불안이 유의수준 .01에서, 평판불안이 유의수준 .001에서 유의미한 변수로 나타났다. 사회인구변수 중에서는 월 평균 가계소득 또한 유의수준 .01에서 유의미한 영향을 미치고 있었고 이들의 설명력은 18.3%였다. 영향을 미치는 변수들 중 상대적 영향력이 가장 큰 변수는 평판불안이었고 가계소득과 소외불안이 그 뒤를 이었다. 동일시적 동조소비와 달리 정보적 동조소비에 영향을 주는 이 3가지 변수들은 모두 정적인 영향을 미치고 있었다. 따라서 부정적 평가나 평판에 대한 불안을 많이 느낄수록, 월평균 가계소득이 높을수록, 남들에 비해 뒤처지거나 사회에서 소외되는 것에 대한 불안감이 높을수록 사람들의 소비행위를 정보로 삼아 동조하는 정보적 동조소비성향이 높다고 할 수 있다.

마지막으로 규범적 동조소비에 영향을 미치는 요인들을 살펴보았다. 5개의 불안 유형들 중에서는 소외불안이 유의수준 .001에서, 능력불안, 관계불안 등은 유의수준 .01에서 유의미한 변수로 나타났고, 사회 인구변수 중에서는 파트타임 직업과 전업주부/무직변수가 유의수준 .01에서 유의미한 영향을 미치고 있었다. 모형의 설명력은 11.6%로 나타났다. 영향 요인들 중 소외불안과 파트타임과 전업주부 및 무직은 규범적 동조소비에 정적인 영향을 미치고 있던 것에 반해, 능력불안과 관계불안은 부적인 영향을 미치는 변수로 나타났다.

<표 4-9>

동조소비 하위유형에 대한 불안유형 및 관련변수들의 상대적 영향력

		하위유형					
		동일시적동조		정보적동조		규범적동조	
		B	β	B	β	B	β
생애불안		-.410	-.111***	.209	.074	-.101	-.055
소외불안		.577	.156**	.248	.088**	.328	.176***
평판불안		.036	.010	.686	.243***	.160	.088
능력불안		.523	.142**	.092	.033	-.205	-.112**
관계불안		-.026	-.007	-.095	-.034	-.168	-.092**
성별(0=여자)		.352	.369	.346	.061	-.140	-.038
연령		-.012	-.044	-.031	-.148	-.006	-.043
결혼여부 (0=미혼)	기혼	-.061	-.008	-.206	-.037	-.068	-.019
	기타	-.009	.000	-.634	-.038	-.588	-.054
학력 (0=대학원 졸)	고졸 이하	.521	.070	-.289	-.051	.261	.071
	대졸	.826	.112	.092	.016	.143	.039
직업 (0=전일제 근로자)	파트 타임	.823	.045	-.646	-.047	.900	.100**
	학생	.792	.098	.445	.072	.226	.057
	전업 주부	.497	.050	-.018	-.002	.609	.123**
	/무직 자영업	.181	.014	-.079	-.008	-.458	-.072
월평균 개인소비지출		.003	.053	-.001	-.020	.001	.038
월평균 가계소득		.000	.027	.001	.094**	.000	.036
거주지역 (0=서울/수도권)		-.033	-.003	-.298	-.039	.236	.048
상수		12.146		16.376		9.399	
F		2.527***		5.810***		3.412***	
R^2 (%)		8.9		18.3		11.6	

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

다시 말해 소외에 대한 불안을 많이 느낄수록, 직업이 파트타임이거나 전업주부 및 무직인 사람일수록 규범적인 동조소비를 많이 하고, 자신의 능력에 대한 불안과 대인관계에 대한 불안을 덜 느낄수록 규범적 동조소비를 많이 하게 된다는 것을 알 수 있다.

이상의 결과들을 요약해보면,

불안의 유형을 나누지 않은 상태에서의 동조소비 하위 유형들에 대한 영향력을 살펴본 결과에서는 규범적 동조소비를 제외한 동일시적 동조소비 및 정보적 동조소비에만 불안이 영향을 미친다는 것을 알 수 있었으나 동일시적 동조소비의 경우 설명력이 낮아 신뢰도는 떨어짐으로 정보적 동조소비에의 영향만이 신뢰성을 가진다고 할 수 있을 것이다. 반면 불안의 하위유형들과의 인과관계에서는 다양한 결과들을 도출할 수 있었는데, 우선 소외불안과 능력불안이 높을수록 동일시적 동조소비성향은 높아지고 앞으로의 생애에 대한 불안감은 낮을수록 동일시적 동조소비성향이 높아짐을 확인할 수 있었다. 이와 같은 결과는 능력불안이 자신의 능력에 대한 신뢰 및 확신과 관련된 개념이라는 것을 고려할 때, 자신감이나 자존감이 높을수록 집단에 영향을 적게 받고 동조행동을 덜 하게 된다는 기존의 선행연구들(박혜선, 1990; 권재욱, 1993)과 일맥상통하는 결과라고 할 수 있다. 또한 생애에 대한 불안이 낮다는 것은 앞으로의 삶에 대비하기 보단 현재의 자신에 집중하는 경향이 더 높다는 것이므로 자신이 생각하는 이상적인 모습으로의 변화욕구가 소비에 반영되어 나타나는 것이라 해석할 수 있겠다.

정보적 동조소비에 대한 불안 하위유형들의 상대적 영향력에서는 평판 불안과 소외불안이 정적인 영향을 미치는 변수로 나타났는데, 이는 남들로부터 부정적인 이미지를 얻진 않을까 불안해하거나 내가 있는 집단이나 사회 속에서 남들에 비해 뒤처지거나 소외되는 것에 불안감을 많이 느낄수록 다른 사람들의 소비행동을 정보로써 활용하고 이를 모방한다는 것을 추측해 볼 수 있다. 즉 자신이 하는 소비가 최적화된 소비인지를 확인하기 위해 다른 사람들을 판단 기준으로 사용하게 되는 것이다.

마지막으로 규범적 동조소비에 대한 불안 하위유형들의 상대적인 영향력에 대해서는 소외가 정적인 영향을, 능력불안과 관계불안이 부적인 영향을 미치고 있었다. 이는 남들로부터 낙오되거나 뒤쳐져서 집단에서 소외될까봐 불안해할수록 집단의 소비를 동조함으로써 심리적 안정을 얻는다고 해석될 수 있고, 능력불안에 대해서는 자신에 대한 자신감과 신뢰가 높을수록 집단에 영향을 덜 받는다는 선행연구를 지지하는 연구결과였다. 또한 대인관계에 대한 불안이 낮을수록 규범적 동조소비를 많이한다는 연구결과 또한 기존의 대인관계가 원만할수록 집단의 규범을 잘 따르고 동조하는 경향이 강하다는 선행연구(성영신, 1994; 김나영, 1997)와 일맥상통하는 부분이라 할 수 있다. 대인관계에 대한 불안감이 낮다는 것은 현재 관계의 어려움이 없고 문제가 있을 가능성이 낮기 때문이다.

제 5 장 결론

제 1 절 요약 및 결론

본 연구는 소비자들이 불안이란 감정을 해소하기 위한 하나의 기제로써 동조소비를 할 것이라는 가정하에 연구를 시작하였고, 이를 밝혀내기 위한 실증적, 탐색적 연구를 실시하였다.

연구의 흐름은 먼저 현대사회의 소비자들이 느끼는 불안과 동조소비의 수준을 알아보고 그 유형을 살펴보았다. 불안과 동조소비의 유형들을 토대로 불안과 불만의 하위 유형이 동조소비에 미치는 영향력을 살펴봄으로써 불안과 동조소비와의 인과관계를 규명해 보았으며, 본 연구의 결과는 다음과 같이 요약된다.

첫째, 현대사회의 소비자들의 불안 수준은 성별, 연령, 학력 등에 따라 다르게 나타났으며, 불안은 총 5개의 하위유형으로 나뉘었다. 성별에 따른 불안수준에서는 여성이 남성보다 높은 불안수준을 보였으며 성별에 따른 불안수준에 유의미한 차이가 있음을 알 수 있었다. 연령에 따른 불안수준에서는 20대의 불안정도가 가장 높았고, 뒤를 이어 10대의 불안점수 또한 유의미하게 높음을 알 수 있었다. 이를 통해 청소년시기에 불안을 많이 느낀다는 기존의 연구결과들을 다시 한 번 확인하였다. 학력에 따른 불안수준을 살펴본 결과에서는 대학원 이상의 학력을 가진 소비자들이 그렇지 않은 소비자들에 비해 불안을 덜 느끼고 있었는데, 이는 학력이 사람들의 불안수준을 낮춰주는 방어적 역할을 하고 있음을 추측해 볼 수 있다. 또한 요인분석을 통해 현대의 소비자들이 사회의 여러 현상들로부터 느끼는 불안은 생애불안, 소외불안, 평판불안, 능력불안, 관계불안 등 5가지로 나뉘었는데, 이 5가지의 불안 중 소비자들은 생애에 대한 불안을 가장 많이

느끼고 있었다.

둘째, 소비자들의 동조수준은 연령, 결혼여부, 학력 등에 따라 다르게 나타났으며, 동조소비의 하위 유형은 동일시적 동조소비, 정보적 동조소비, 규범적 동조소비 3가지로 나뉘었다. 연령에 따른 동조소비수준을 살펴본 결과 10대와 20대가 30,40,50대에 비해 높은 동조소비수준을 보이고 있어 나이가 어릴수록 준거집단의 영향을 많이 받는다는 기존의 연구결과를 다시 한 번 확인할 수 있었고, 결혼여부에 따른 동조소비수준에서는 미혼이 기혼이나 기타 이혼이나 사별을 한 집단에 비해 높은 동조소비수준을 보였다. 학력에 따른 수준차이에서는 대학원 이상의 학력을 가진 집단의 점수가 나머지 집단에 비해 낮았는데, 이는 고학력을 가진 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 자신감이나 자존감이 높을 확률이 높기 때문일 것으로 보인다. 또한 요인분석을 통해 동조소비의 하위유형이 동일시적 동조소비, 정보적 동조소비, 규범적 동조소비로 나뉘짐을 확인할 수 있었다. 동일시적 동조소비는 자신이 매력적이라고 느끼거나 이상적으로 생각하는 사람의 소비를 모방하기 위해 동조하는 것이고, 정보적 동조소비는 다른 이들의 정보가 내 소비에 도움이 된다고 여기거나 또는 자신의 소비가 최적화된 소비인가에 대해 타인의 소비를 통해 확인하고자 하는 욕구에 의해 동조가 발생하는 것이며, 마지막 규범적 동조는 자신이 속한 집단에 순응함으로써 좋은 이미지를 심어주거나 준거집단으로부터 비난을 피하기 위해 소비행위를 하는 것으로 정의할 수 있다. 이 3가지의 동조소비 중에서는 규범적 동조소비의 점수가 가장 높게 나와 동조소비 중에서도 규범적 목적으로의 동조소비가 가장 많이 나타남을 알 수 있었다.

셋째, 불안이 동조소비 하위 유형에 어떤 영향을 미치는지를 살펴본 결과 전체의 불안과 동조소비와의 인과관계에서는 동일시적 동조소비와 정보적 동조소비만이 불안에 유의미한 영향을 받음을 알 수 있었으나 불안의 하위유형에 따른 동조소비와의 인과관계에서는 조금 다른 결과가 나타났다. 불안을 하위유형으로 나뉘 동조소비와의 관계를 살펴본 결과, 동일시적 동조소비에 영향을 미치는 불안은 총 3가지로 생애불안, 소외불안,

능력불안 등이었다. 생애불안은 부적으로, 소외불안과 능력불안은 정적으로 동일시적 동조소비에 영향을 미치고 있어 생애에 대한 불안이 낮을수록, 사회 속 뒤처짐으로 인한 소외의 불안과 자신의 능력에 대한 불안이 높을수록 타인과 자신의 이미지를 일치시키기 위한 동일시적 동조소비를 많이 한다는 것을 확인할 수 있었다. 정보적 동조소비에 영향을 주는 불안은 소외불안과 평판불안으로 사회적 소외에 대한 불안감이 높을수록, 사람들에게 비춰지는 자신의 이미지에 대한 불안감이 클수록 타인의 소비를 정보원천으로 활용하는 정보적 동조소비를 많이 하고 있었다. 정보적 동조소비에서는 불안 이외에 가계소득이 정적인 영향을 미치는 변수로 나타나 가계소득이 높을수록 준거집단에 영향을 많이 받고 동조적 행동을 많이 한다는 선행연구와 일치하는 결과를 확인하였다. 마지막 규범적 동조소비에서는 소외불안, 능력불안, 관계불안이 영향을 주는 요소로 나타났는데, 소외불안은 정적인 영향을 미치고 능력불안과 관계불안은 부적인 영향을 미쳐 사회적 소외에 대한 불안감이 클수록, 자신의 능력에 대한 불안감과 대인관계에 대한 불안감이 낮을수록 규범적인 동조소비를 많이 한다는 점을 알 수 있었다.

이와 같은 결과를 통해 우리는 불안이 동조소비에 영향을 주는 변수임을 확인할 수 있다. 따라서 이것은 불안을 느끼는 사람이 부정적인 불안의 감정을 해소하고 자신을 보호하며 안정을 찾기 위한 하나의 방어기제로서 동조소비를 사용할 것이라는 가정을 확인할 수 있는 결과이다. 또한 현대의 소비자들이 다양한 것으로부터 불안을 느끼고 불안의 수준이 일정수준 이상이라는 것을 고려할 때, 이 시대의 소비 사회 속에서 나타나는 동조의 열풍은 어쩌면 자연스러운 현상일 수 있다는 추측을 해볼 수 있다. 연예인들이 착용한 제품이 완판이 되고, 특정 제품이 유행하면 너도나도 지갑을 열어 구매하려는 현상 또는 친구가 가지고 있는 것을 따라 구입하는 동조소비관련 현상들이 이 시대의 우리 안에 만연되어 있는 심리적 불안감 때문일 수 있다는 것이다. 그러므로 우리는 이 시대의 유행열풍, 동조소비현

상을 좀 더 다른 시각으로 바라볼 필요가 있다. 사람들이 유행 또는 동조 소비에 동참하는 이유는 단지 물질주의성향이 높거나 집단 의식이 강하고 자존감이 낮기 때문만은 아니다. 개인 안에 내재되어 있는 여러 가지 불안 심리 때문에, 그 불안을 해결하고 정서적인 안정을 찾기 위해 동조적 소비 행동을 선택하는 것이다. 이는 현대 사회에서 나타나는 여러 가지 소비 현상들이 지금까지 알려진 보편적인 변수만으로 설명될 수 있는 간단한 현상이 아닌 그보다 훨씬 복잡한 동인으로 인해 추동되며 그 과정에서 심리적, 감정적인 원인이 중요하게 작용된다는 점을 시사하고 있다.

제 2 절 함의와 제언

본 연구는 불안이 만연되고 있는 현대 사회에서 소비자들이 가지는 불안이 동조 소비에 어떤 영향을 미치는지를 밝히고 그 과정에서 나타나는 소비자학적 의의가 무엇인지를 탐구해 보았다. 본 연구의 의의는 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 현대 사회의 소비자들이 느끼는 불안을 유형화 해볼 수 있었다. 많은 사람들이 이 시대의 불안에 대해 이야기하고 불안이 만연되어 있다고는 하나 그 정도와 종류를 확인하기 어려웠다. 기존의 불안에 관한 연구는 불안 장애나 심리적 실험을 위한 척도에 국한되어 현대의 소비자들이 일상에서 느끼는 다양하고 실질적인 불안들을 담아내기 어려웠던 것이 사실이다. 따라서 본 연구는 불안을 유형화하고 탐색적이거나 현대 소비자들의 불안 수준과 그 종류가 어떠한지 살펴 볼 수 있었다는 데 연구의 의의가 있다고 생각된다. 불안은 우리가 일상에서 자주 느끼는 감정 중 하나이기 때문에 앞으로 불안에 관한 실증적인 연구를 함에 있어 기초적이고 탐색적인 자료가 될 수 있을 것이다.

둘째, 불안과 동조 소비와의 관계를 살펴봄으로써 소비 동인으로서의 사

회심리적 요인의 중요성을 환기시켜 보았다. 사람의 소비행동에 영향을 주는 요인에는 여러 가지가 있겠지만, 그 중에서 심리적 요인은 간과되어서는 안 될 중요한 요인이다. 우리는 하루가 다르게 변해가는 세상 속에 살고 있으며 여러 가지 사회현상과 변화들로 인해 소비자들은 그 어느 때보다 많은 심리적인 혼란을 많이 겪고 있고, 이런 심리적 요인들이 알게 모르게 소비자들의 소비행태에도 반영되어 나타날 것이다. 따라서 기존에 많이 다뤄지지 않았던 심리적 요인 중 하나인 불안과 동조소비와의 인과관계를 밝힘으로써 심리적 변인에 대해 그 중요성을 다시 한 번 생각해볼 수 있는 계기가 되었다.

셋째, 본 연구는 이 시대의 동조소비와 유행추구현상에 대한 새로운 시각을 제시하였다. 기존의 동조소비의 동인을 살펴보면 주로 성별, 연령 등의 사회인구특징, 집단주의성향, 자존감, 자신감 등 극히 제한된 개념들만이 한정적으로 연구되어 왔음을 알 수 있다. 따라서 본 연구는 기존의 연구와는 조금 생소한 ‘불안’이란 개념을 통해 동조소비를 좀 더 다르게 바라보려는 시도를 해 보았다는데 그 의의가 있다고 할 수 있다. 또한 불안이 동조소비에 미치는 영향을 밝힘으로써 유행추종에 대한 새로운 설명도 시도해볼 수 있었는데, “소비자들이 유행을 따르는 이유는 무엇인가.” “소비자들이 연예인들의 패션에 관심을 가지고 동조하는 이유는 무엇일까?”와 같이 소비행동을 연구하는 사람들이 궁금해 할 수 있는 물음에 또 하나의 새로운 답을 제시했다고도 할 수 있겠다.

본 연구의 제한점과 후속 연구에 대한 제언은 다음과 같다.

첫째, 불안은 하나로 정의하고 개념화하기에는 그 범위가 굉장히 넓은 개념이다. 또한 감정이란 부분이 양적으로 측정되기에는 한계가 있기 때문에 후속 연구에서는 불안을 정의함에 있어 좀 더 정교한 질적 연구가 뒷받침 되어야 할 것이다.

둘째, 본 연구는 현대사회의 소비자들을 대표하고 있다. 하지만 인터넷 패널 조사로 인해 가계소득이나 학력수준이 우리나라 평균보다 높은 수준

으로 나타나 표본의 대표성을 갖추지 못했다. 표본들 사이의 사회 인구학적 특징이 다양해 이런 차이가 연구에 일정 부분 영향을 주었을 것으로 생각된다. 따라서 추후에는 좀 더 넓은 계층의 많은 사람들을 대상으로 연구가 진행되어야 할 것이다.

마지막으로 본 연구는 동조소비의 원인을 심리적 요인 중 하나인 불안에 대해 탐구해 보았다. 하지만 불안 이외에도 여러 가지 다양한 심리적 요인들이 소비에 영향을 미칠 수 있을 것이라 기대되고, 동조 소비 이외에도 우리사회에서 주목할 만한 다양한 소비행동들, 예를 들어 충동소비, 중독구매, 과시 소비 등과 같은 소비현상들이 불안 및 다양한 심리적 요인들과 어떤 관계를 맺는지도 추후에 연구해 볼만한 주제들이라 생각된다. 이와 같이 좀 더 세분화되고 다양한 시도들이 이뤄질 때 우리는 소비자들을 좀 더 잘 이해할 수 있을 것이고, 궁극적으로 소비자들의 행복과 복지를 증진시키는 데 기여할 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

1. 국내서

강혜원(1974). 대학생의 개성과 유행을 중심으로 한 의상행위와 성격특성과의 관계." 연세논총 11(1): 349-376.

강혜원·정미실(1996). "규범적 영향에 의한 의복동조성 연구." 한국 의류학회지, 20(1): 66-75.

계은주(2001). 특성불안과 우울수준에 따른 자아방어기제 사용. 이화여자 대학교 석사학위논문.

고영복(1997). 사회심리학개론: 서구라파적 관점. 사회문화연구소.

공은숙·김은주(2010). "외모 가꾸기 프로그램이 여성치매노인의 자아존중감과 불안에 미치는 효과." 한국노년학회 30(3): 815-830.

구본권(1994). "방어기제에 관한 고찰." 論文集 25(1): 273-304.

권경남(2010). 여고생의 불안 및 우울상태와 식 행태와의 관련성에 관한 연구. 서울대학교 석사학위논문.

권재욱(1993). 소비자 행동에서의 동조에 관한 실증적 연구, 서울대학교 석사학위논문.

기노진(2012). 성인남성들의 죽음불안과 노화불안. 한서대학교 석사학위 논문.

길수영(2011). 청소년의 명품복제품 구매태도에 미치는 영향요인. 이화여자대학교 석사학위논문.

김갑식(2010). 소비자의 자아존중감과 동조성이 패션명품의 복제품 구매의도에 미치는 영향, 중앙대학교 박사학위논문.

김계현(1996). "불안에 관한 교육 인간학적 연구." 교육철학 14(-): 1-18.

김나연(2000). 청소년소비자의 동조적 상표선택행동에 관한연구. 서울대학교 석사학위논문.

김난도(2007). (사치의나라) 럭셔리코리아. 미래의창.

김남재(1995). "대인불안의 측정에 대한연구." 한국 심리학회지 임상 14(1): 73-81.

김두섭·강남준(2000). 회귀분석: 기초와 응용, 나남.

김덕영(1999). "유행, 개인 그리고 사회." 현상과 인식 23(3): 55-70.

김미경(2008). 대학생의 취업 가능성 인지가 불안수준에 미치는 영향. 경기대학교 석사학위논문.

김상희·유창조(1994). "Ethnographic 접근방식을 통한 쇼핑행위에 관한

탐색적 연구." 소비자학 연구 5(2): 45-62.

김순이(1984). 암환자의 자아존중감과 불안과의 관계에 대한 연구.
이화여자대학교 석사학위논문.

김신애(2011). 소비자의 집단/개인주의 가치성향에 따른 쇼핑 가치추구와
명품구매행동. 이화여자대학교 석사학위논문.

김영신·강이주·이희숙·허경옥·정순희(2000), 소비자의사결정, 교문사

김은미(2000). 성인애착과 자아방어기제간의 관계연구. 이화여자대학교
석사학위논문.

김인아(2008). "청소년의 심리기제에 미치는 인지양식의 매개적 조절효
과: 불안, 모-자녀의사소통, 방어기제간 관계를 중심으로." 청소년상담연
구 16(1): 51-67.

김재숙, 송경자(2001). "규범적 및 정보적 영향에 의한 여대생의 의복
동조성연구." 충남생활과학학회지 14(-): 22-33.

김정숙(2002). "한·일 여자대학생들의 보상소비성향." 대한가정학회지
40(12): 31-48.

김주희(2008). 유행혁신성과 동조성에 따른 유행채택행동연구. 서울, 숙명
여자대학교

김주희(2008). 유행혁신성과 동조성에 따른 유행채택행동 연구.
숙명여자대학교 석사학위논문

김지연(2009), 한국 사회의 명품 소비자 유형과 소비특성, 연세대학교 박사학위논문.

김진옥·전중옥(2009). "모방구매 성향 측정도구 개발에 관한 탐색적 연구." 한국 심리학회지 소비자·광고 10(4): 663-682.

김태형(2010). 불안증폭사회: 벼랑 끝에선 한국인의 새로운 희망찾기. 위즈덤하우스.

김한나(2000). 유행동조성과 혁신성에 따른 소비자 세분화 및 준거대상연구. 서울대학교 석사학위논문

김현민(1984), 소비자행동에 대한 준거집단영향력에 관한 연구, 서울대학교 석사학위논문

김혁곤(1992). 대학생의 사회적 불안감소를 위한 집단상담 프로그램의 효과. 광주, 전남대학교 박사학위논문.

김혜경(2005). 청소년 소비자의 동조적 준거집단에 따른 과시소비성향에 관한 연구. 건국대학교 석사학위논문.

나유미(1986), 소비자 행동에 있어 준거집단의 영향에 관한 연구, 숙명여자대학교 석사학위논문.

나현정(2003), 수입명품 브랜드의 유통실태와 구매자의 태도 및 특성에 관한 연구, 서울여자대학교 석사학위논문

노형진(2005). (Excel 및 SPSS를 활용한) 다변량 분석: 이론과 실제. 형설.

문숙재·여운경(2005). 소비트렌드와 마케팅. 신정.

민지영(2008). 유행 혁신성 유형별 의복동조 대상과 동조내용. 서울대학교 석사 학위논문

박경화(1991). 한국인의 자아방어기제에 관한연구. 이화여자대학교 박사 학위논문.

박수애·송관재(2005). "사회적 불안이 개인의 심리적 적응에 미치는 영향." 한국 심리학회지 사회문제 11(2): 1-29.

박연화(2011). 중년기 성인의 노화불안과 죽음에 대한 태도. 부산가톨릭대학교 석사학위논문.

박진경(1995). "의복동조성과 관련 변인들의 고찰." 心理研究 -(33): 66-72.

박혜선(1991). 의복동조에 관한연구: 의복동조 동기의 유형, 관련변인, 및 준거집단을 중심으로. 서울대학교대학원 박사학위논문

박혜정(2004). "패션성향에 영향을 미치는 개인가치 결정요인: 물질주의와 소비자동조성을 중심으로." 한국의류학회지, 28(9,10): 1243-1252.

백경미·이기춘(1993), 물질주의 성향과 준거집단영향이 과시소비성향에

미치는 효과-목표시와 광주시 주부를 중심으로, 한국가정관리학회지, 11(2), 1-13

백석기·김억 (2010). 세계 속의 리얼 코리아. 이담Books : 한국학술정보.

서성한, 김준석. (2005). 소비자 행동론 , 博英社.

성영신, 김철민, 서정희, 박종구, 박은아(1994), 논어와 맹자에 나타난 물질관과 소비행동, 소비자학 연구, 5(1), 99-114

성태제(2007), 알기 쉬운 통계분석: 기술통계에서구조 방정식모형까지. 학지사.

송주애 (1987). 대학생의 불안과 적응에 관한 연구. 고려대학교 석사학위논문.

신민정(2011). 한국 청소년들의 우울 및 불안에 대한 성차연구. 연세대학교 석사학위논문.

신초영·이명희(2001). "남녀대학생의 불안심리가 의복 추구혜택에 미치는 영향연구." 服飾 51(2): 79-92.

신혜린·이기학(2010). "경험논문: 사회불안 군집유형에 따른 심리적 안정감의 차이." 한국심리학회지 건강 15(2): 261-279.

안주희(2009). "후기 근대사회 현대인의 불안과 강박에 대한 탐색." 사회연구 -(18): 73-99.

유은승·안창일(2007). "한국판 Liebowitz 사회불안척도(LSAS)의 요인구조 및 진단적 유용성." 한국 심리학회지 임상 26(1): 251-270.

유영수 (1995). 자아방어기제와 직무스트레스가 직장인의 정신건강에 미치는 영향. 이화여자대학교 석사학위논문.

원호택 외 공역 (1996). 우울증 인지치료. 학지사.

전향희(1992). "의복구매 불안척도의 개발." 연구논문집 44(1): 287-309.

이고은(2011). 성인여성의 라이프스타일에 따른 노화인식과 건강 증진행위 비교. 성신여자대학교 석사학위논문.

이소정(1997). 불안유형과 좋아하는 가수의 의상간의 상관연구. 건국 대학교 석사학위논문.

이영선(1984), 의복 동조성에 대한 이론적 연구, 한국의류학회, 8(1): 69-74.

이영자(1995). "스트레스와 심리적부적응의 관계에서 사회적 지지와 자아 존중감의 역할." 論文集 (3): 195-242.

이영진·방수영(2008). "중, 고등학생의 한국판 상태-특성 불안척도의 적용연구." 神經精神醫學 47(5): 471-480.

이은숙·서정희(2000). "대학생의 경제적불안과 유행추구적 의복소비태도." 생활과학논문집 1(1): 79-92.

이은실·이명희(2001). "증보판－보문: 성지향 및 불안심리에 따른 의복 태도와 의복 선호도 연구." 한국의류학회, 25(2): 424-435.

이은정(1999). 청소년 소비자의 물질주의성향에 관한연구. 부산대학교 석사학위논문.

이재열·김홍중(2005). "한국사회의 위험구조변화." 21세기 한국 메가 트렌드 시리즈 2005: 1-232.

이재원(2006). 성인 애착유형에 따른 자아정체감과 대인불안의 관계, 한국외국어대학교 석사학위논문.

이정균 (1981). 정신의학. 일조각.

이정윤·최정훈(1997). "한국판 사회공포증 척도(K-SAD , K-FNE)의 신뢰도 및 타당도연구." 한국 심리학회지 임상 16(2): 251-264.

이준석(2004). 건강염려성향자의 질병에 대한 파국적사고 경향성. 서울대학교 석사학위논문

이지영(2001). 대인 불안성향자의 자기초점주의 성향의 특징. 서울대학교 석사학위논문.

이훈구. 2004. 『한국인의 사회 심리적 안녕: 사회불안, 신뢰 그리고 행복』.법문사.

이희경(2000). 청소년의 충동구매 경향성과 자아 존중감 및 불안간의 관

계. 서강대학교 석사학위논문.

임숙자·이현미(1987). "의복행동과 사회적 불안감과의 관련연구." 論叢 52(-): 465-489.

임치경(1985), 노년기 여성의 사회적 불안감과 의복행동과의 관계, 이화여자대학교 석사학위논문

장익(2012). 베이비붐 세대 남성의 생장감과 노화불안. 한서대학교 석사학위논문.

전경숙·박혜정(2010). "의복 의사결정 자신감의 결정변수-소비자 동조성 Vanity, 의복지식." 服飾文化研究 18(3): 476-487.

전수영·이선재(2005), 버버리 패션명품 소비자의 동조성과 개성에 관한 연구, 복식, 55(3), 136-149.

전향희(1992). 불안유형과 의류상점 선택간의 관계연구. 건국대학교 석사학위논문.

정미실, 강혜원(1991). "정보적 영향에 의한 의복동조성 연구." 대한가정학회지 29(3): 1-10.

정상근·권준수(2006). 2006 한국인의 불안: 불안 리서치 결과 보고. 대한 불안 의학회 vol 2. No.2

정혜경(1999). 가게의 경제적불안과 소비행동. 서울대학교 석사학위논문.

조두영(1985), 임상 행동 과학, 일조각

조성호(1999). "한국판 방어유형 질문지 타당화 연구." 한국 심리학회지 상담 및 심리치료 11(2): 115-137.

조용래·원호택(1997). "대인불안에 대한 인지적 평가: 사회적 상호작용에 대한 자기효능감 척도의 개발과 타당화에 관한 연구." 심리학의 연구문제 (4): 397-434.

조현임(2006). 청소년의 신체만족도와 자아 존중감 및 또래 동조성에 관한 연구. 고려대학교 석사학위논문.

조혜진(2006). 청소년의 또래 애착과 우울, 불안. 이화여자대학교 석사학위논문

주영숙·김정휘(1996). 표준화 불안검사:일반 성인용. 코리안 테스트팅 센터

채서일(2005). 사회과학 조사방법론 제3판. 서울, 비앤엠박스.

최민영(2009). 청소년의 의류구매행동에서 나타난 과시소비성향과 동조성향 분석. 성신여자대학교 석사학위논문.

최인철·김범준(2005). "정보화 시대의 사회적 불안의 특성과 변화." 21세기 한국 메가트렌드 시리즈 2005: 1-106.

편세린(1997). 청소년의 소비지향적 태도와 과시소비성향에 관한 연구. 서울대학교 석사학위논문

한경희(2005). 동조행동에 영향을 미치는 요인에 관한 실증연구. 한양대학교 석사학위논문.

한덕웅·전검구·이장호 (1991). 한국대학의 생활환경 변화와 대학생활 적응. 성균관대학교 학생생활 연구소.

허경옥(2004). "타인과 본인의 비합리적 소비 성향 및 소비생활만족도." 소비문화연구 7(3): 85-101.

허창범(2000). "불안이론에 대한 고찰." 論文集 6(1): 251-260.

홍두승(2002). 사회조사분석 제3판, 다산.

홍영심(1963). "불안과 공포에 대한고찰." 교육연구 -(21): 114-126.

홍영오·송관재(2006). "한국사회의 사회적 불안에 관한연구." 한국 심리학회지 사회문제 12(1): 129-160.

홍준기(2001). "불안과 그 대상에 관한연구." 철학과현상학연구 17(-): 234-267.

홍향숙(1998). 가계의 경제적 불안정성 유형에 따른 재무 관리행동과 재정만족도. 서울대학교 박사학위논문.

황광숙(2006). 부천, 가톨릭대학교 석사학위논문.

황미선(2003). 중년여성의 건강염려증. 이화여자대학교 석사학위논문.

2. 국외서

Asmundson, G. J. G., S. Taylor, et al. (2001). Health anxiety : clinical and research perspectives on hypochondriasis and related conditions. Chichester ; New York, Wiley.

Burnkrant, R.E. and Cousineau, A., Informational and Normative Social Influence in Buyer Behavior, J. of Consumer Research, 2, 206-215, (1975)

Endler, N. S. and E. Hoy (1967). "CONFORMITY AS RELATED TO REINFORCEMENT AND SOCIAL PRESSURE." Journal of Personality and Social Psychology 7(2, Pt.1): 197-202.

Freud, S. and 황보석(1997). 억압, 증후, 그리고불안. 서울, 열린책들.

H Brown, G Vaillant Hypochondriasis Arch Intern Med, 141 (1982), pp. 723-726

Hogg, M. A.; Vaughan, G. M. (2005). Social psychology. Harlow: Pearson/Prentice Hall.

Jackson, J.M. and Saltzstein, H.D., The Effect of Person-Group Relationships of Conformity Pressure, J. of Abnormal and Social Psychology, 57, 17-24, (1985)

Kelly, H.H., Two Functions of Reference Groups, in Proshansky, H. and Seidenbert, B.,eds., Basic Studies in Social Psychology, New York, Holt, Rinebart and Winston, 210–214. (1966)

Kiesler, C. A. and S. B. Kiesler (1969). Conformity. Reading, Addison–Wesley..

Kolb, L.C., ; Brodie, H.K.H(1981,). Modern Clinical Psychiatry, 10th ed, 91–111

Lascu, D and Zinkhan, G.(1999), "Consumer Conformity Review and Applications for Marketing theory and Practice," Journal of Marketing Theory and Practice, 7(3), 1–11

Leary, M. R. (1983). "Social Anxiousness: The Construct and Its Measurement." Journal of Personality Assessment 47(1): 66.

Rollo May(1950), The Meaning of anxiety. New York, The Ronald Press.

Morris, W.N. and Miller, R.S., The Effects of Consensus–Breaking and Consensus–Preempting Partners on Reduction in Conformity, J. of Experimental Social Psychology, 11, 215–223, (1975)

Natel, Jaques A. and William Strahle (1986), "The Self–Monitoring Concept; A Consumer Behavior Perspective, " in Advances in Consumer Research, vol.13, 83–87

Newcomb, T. M. Interpersonal balance, In R.D. Abelson et al, Theories of cognitive consistency, New York ; Rand-McNally
Park, C.W. and Lessig, V.P., Students and Housewives(1977), Differences in Susceptibility to Reference Group Influence, J. of consumer Research, 4. pp.102–110

Ross, L., G. Bierbrauer, et al. (1976). "The role of attribution processes in conformity and dissent: Revisiting the Asch situation." American Psychologist 31(2): 148–157.

Schiffman, L.G. and Kaunk, L.L., Consumer Behavior(1987), Third Edition, Prentice–Hall International Educations, p.375

Sears, D.O., Freedman, J.L., and Peplau, L.A.(1985), Social Psychology, 4th. Prentice–Hall

Spielberger, C. D. and I. G. Sarason (1975). Stress and anxiety, vol. 1, ed. New York, Wiley.

Spielberger, C. D. and E. C. Reheiser (2009). "Assessment of Emotions: Anxiety, Anger, Depression, and Curiosity." Applied Psychology: Health & Well–Being 1(3): 271–302.

부 록

<부록 1>

<불안에 관한 예비 인터뷰 내용>

물음	나는 어떤 불안을 가장 자주 느끼는가?
사례 1	일년 중 가을에서 겨울로 넘어가는 시기에 주로 불안을 많이 느끼는데, 날씨가 쌀쌀해 지는 시기에 ‘또 일년이 이렇게 가는구나’라는 생각에 깜짝깜짝 놀랄 때가 있다. 나는 이 시기에 예를 들어 내가 100 정도의 성취 를 이룰 수 있을 거라 생각했는데 내 현실 은 그렇지 않다는 생각이 들기 때문이다. 기대와 현실과의 괴리감 때문에.. 일년을 돌아보면서 ‘해놓은 게 없고 또 세월만 흘러 나이만 먹었나’ 라는 생각과 함께 들면서.
사례 2	인생에 있어서 중요한 결정을 하거나 큰 일들에 관해 불안을 자주 느낀다. 특히 내 개인적인 이슈나 문제에 대해 불안을 많이 느끼는 편인데... 개인적 문제 중에서도 당장의 자잘한 문제보다는 미래의 인생, 진로 에 관해서..(어떤 분야에서 일 해야 하는지, 언제 결혼 해야 하는지)어떤 결정을 내려야 나에게 유익한지를 고민할 때 가장 불안하다. 인생을 어떻게 꾸려나 가야 하고 최선의 선택이 어떤 것인지 모를 때 막막 해서 불안하다.
사례 3	기회 에 대한 불안, 제한된 자원과 시간으로 최대의 만족 을 얻어야 한다는 생각에서 오는 불안. (자원의 최적화로부터 불안)
사례 4	내가 남들에 비해 현재까지 이뤄놓은 게 별로 없는 것 같을 때 불안을 가장 많이 느낀다. 그리고 예전에는 주위에 나처럼 낙천적인 사람들이 더 많았던 것 같은데 주위 환경이 바뀌면서.. (요즘 만나는 사람들은 미래에 대해 준비하고 성취해 놓은 것도 많은 사람들이다.) 예전에 비해 더 많은 불안을 느끼는 것 같고 뒤처지는 것 같다 는 생각을 더 많이 하게 된다. 또한 이제는 나이도 있고, 대학원에 진학도 했기 때문에 거기에 맞는 기대가 있는데 이 기대에 부응해야 한다는 생각 때문에 불안감이 더 많이 드는 것 같다.
사례 5	나의 불안은 진로에 대한 불안, 건강, 노화에 대한 불안 등인 것 같

	<p>은데.. 나이도 있고, 요즘엔 평소에 몸이 예전 같지 않고 체력도 많이 떨어진다는 걸 피부로 느끼기 때문에 관리를 해줘야 겠다는 생각과 함께 두려움/불안이 예전에 비해 많아졌다.</p> <p>또한 일단 내가 지금 들어온 길로 끝까지 가야 할 것 같은데 이쪽이 정말 나에게 맞는지에 대한 불안감이 있다. 결국 내가 느끼는 불안은 미래에 대한 불안으로 다 수렴되는 것 같다.</p>
사례 6	<p>통상적으로 불안을 가장 많이 느낄 때는 사람들이 내 나이 때에 하고 있는 것을 나는 못하고 있을 때이다. 보통 내 나이 정도면 결혼을 하고, 직장에서는 과장 정도의 직급을 가지고 있고, 부는 어느 정도 축적이 되어 있고 등등 사회에서 통상적으로 생각하는 기준이 있는데 학교를 다니고 있어서 그것들을 하지 못하고 누리지 못할 때..(난 직장도 없고, 결혼도 안했고, 애기도 없고...돈은 점점 고갈되고..) 이런 생각이 들 때 가장 불안하다. 마치 다른 사람들은 대학에 들어가는데 나만 검정고시를 치고 있는 느낌이 든다.</p>
사례 7	<p>나는 내가 해야 할 것이 있고 이것을 주어진 시간 안에 해내야 하는데 그렇지 못할까봐 자주 불안해한다. 또한 나에 대한 불안뿐만 아니라 부모님이 연세가 들어가시는데 내가 경제적으로 독립하지 못하고 있을 때 부모님께서 조금만 아프셔도 무섭고 두렵다. 건강하게 사셔야 하는데.. 라는 불안감이 든다. 나는 무엇이 없어서 불안하기 보다는 가지고 있는 것을 잃을 까봐 불안을 많이 느끼게 되는 것 같다. 예전에는 친구가 되게 많았는데 생활에 치여 그 인맥들을 잘 못 챙기게 될 때 친구들을 다 잃어가는 것 같아 불안하다.</p>
사례8	<p>내가 속해 있는 무리, 내가 속한 공동체에서 벗어날 지도 모른다는 불안감이 가장 강하다. 같은 무리에 있는 사람들이 좋다고 이야기하는 것에 대해 나 혼자만 취향이 다를 때... 그것을 이야기하면 무리에서 소외될 것 같은 불안감이 든다.</p> <p>내가 어떤 이야기를 했을 때 상대방이 어떻게 받아들일까 신경을 많이 쓰고 그로부터 불안을 많이 느끼는 것 같다. 이것은 특히 친구사이보다는 윗사람이나 내가 잘 보여야 하는 존재 앞에서 훨씬 강해진다. 이런 불안감 때문에 나처럼 행동하지 못하고 내 본연의 모습을 보여주지 못할 때가 많다. 사람들에게 잘 보이고 인정받고, 사랑받고 싶은 욕구 때문인 것 같다.</p>

설 문 지

안녕하십니까? 바쁘신 와중에 설문에 응해주셔서 감사합니다.

본 설문지는 현대 사회의 개인이 느끼는 감정과 그에 따른 소비성향과의 관계를 규명하고자 하기 위한 것으로,

설문의 내용에는 좋고 나쁨이 없으므로 귀하의 평소 생각과 느낌, 행동에 따라 솔직하게 대답해주시길 바랍니다. 한 문항도 빠짐없이 응답해주셔야 자료로 사용할 수 있으므로 다소 번거롭더라도 모든 문항에 솔직하게 응답해주시길 바라며 귀하의 성실한 답변은 본 연구의 귀중한 자료가 될 것입니다.

이 조사는 무기명으로 실시되며, 응답하신 내용은 학술적 연구 이외에 다른 목적으로는 절대 사용되지 않을 것입니다.

귀중한 시간을 내어 주셔서 진심으로 감사드립니다.

서울대학교 소비자학과 소비자행태연구실

이다혜

(dhwske16@snu.ac.kr/010-6861-0136)

I. 자신의 평소 생각이나 행동과 일치하는 곳에 표시해 주십시오.

항목	전혀 그렇 지 않다	별로 그렇 지 않다	보통 이다	약간 그렇 다	매우 그렇 다
다른 사람과 함께 있을 때보다 혼자 있을 때 마음이 더 편하다.	①	②	③	④	⑤
나는 모르는 사람들과 함께 있을 때 대개 불편함을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
나는 사교적 모임에서 자주 불안하고 불편해진다.	①	②	③	④	⑤
대인관계에서 나는 다른 사람들보다 수줍음을 덜타는 편이다. ㉠	①	②	③	④	⑤
다른 사람들이 나를 어떻게 생각하느냐에 대해 신경을 쓰는 편이다.	①	②	③	④	⑤
누군가 나를 평가하는 것을 알아도 이로 인해 영향 받지 않는다. ㉠	①	②	③	④	⑤
내가 다른 사람에게 어떤 인상을 주는지에 대해 염려하지 않는다. ㉠	①	②	③	④	⑤
내가 다른 사람들보다 뒤처지게 될까봐 불안하다.	①	②	③	④	⑤
다른 사람들은 모두 알고 있는 정보를 나만 모르게 될까봐 걱정스럽다.	①	②	③	④	⑤
내 나이 때에 성취해야 하는 사회적 기준들 (ex. 취직, 결혼, 임신, 진급, 명예, 지위 등등)에 못 미칠까봐 불안하다.	①	②	③	④	⑤
끊임없이 새로운 것을 배우거나 습득하지 않으면 사회적으로 낙오될 것 같다.	①	②	③	④	⑤
내가 하는 선택이나 결정에 신뢰를 가진다. ㉠	①	②	③	④	⑤
윗사람이 보고 있으면 일을 잘 못하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
매사에 자신감이 있다. ㉠	①	②	③	④	⑤
내 능력은 다른 사람에 비해 결코 떨어지지 않는다. ㉠	①	②	③	④	⑤

항목	전혀 그렇 지 않다	별로 그렇 지 않다	보통 이다	약간 그렇 다	매우 그렇 다
남들이 내 외모를 어떻게 생각하든 상관 하지 않는다. ㉔	①	②	③	④	⑤
갑작스런 질병, 사고, 실직 등 비상시를 위한 경제적 준비가 안 되어 있어 불안하 다.	①	②	③	④	⑤
돈이 없어 하고 싶은 일을 못할까봐 두렵 다.	①	②	③	④	⑤
장래의 내 직업(진로) 또는 노후문제가 마음에 걸린다.	①	②	③	④	⑤
앞으로의 인생설계 (ex. 진로, 결혼, 노후 등)에 대해 막막하게 느껴질 때가 있다.	①	②	③	④	⑤
내 10년 후는 지금보다 더 좋아질 것이므로 미래에 대해 불안하지 않다. ㉔	①	②	③	④	⑤

II. 다음은 귀하의 평소 소비 행태에 관한 질문입니다. 평소 귀하의 행동이나 생각과 가장 가까운 곳에 표시해주시시오.

항목	전혀 그렇 지 않다	별로 그렇 지 않다	보통 이다	약간 그렇 다	매우 그렇 다
내가 속한 집단의 사람들이 가진 기준에 맞추어 소비한다.	①	②	③	④	⑤
물건을 구매할 때 다른 사람으로부터 부정적인 평가를 받지 않도록 주의한다.	①	②	③	④	⑤
출근(등교 or 외출 등)을 할 때 내가 속한 집단의 분위기에 맞는 적절한 옷을 입는다.	①	②	③	④	⑤
특정 제품 구매시 다른 사람으로부터 얻게 되는 정보를 참고해 소비하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
다른 사람들이 어떤 스타일/디자인과 브랜드의 제품을 구매했는지 (또는 하는지) 관찰한다. ㉠	①	②	③	④	⑤
제품을 구매하기 전 다른 사람들의 의견을 듣기를 원한다.	①	②	③	④	⑤
제품구매 시 주변 사람으로부터 정보를 얻기 보다는 내 주관대로 선택하는 편이다. ㉠	①	②	③	④	⑤
다른 사람들이 어떤 물건을 구매하는지 크게 신경 쓰지 않는다. ㉠	①	②	③	④	⑤
내가 이상적으로 생각하는 사람이 착용한 옷 또는 그 사람이 쓰는 제품을 구매하는 경우가 많다.	①	②	③	④	⑤
내가 좋아하는 사람의 옷 또는 그 사람이 쓰는 제품을 구매하는 경우가 많다.	①	②	③	④	⑤
내가 매력적이라고 생각하는 사람의 물건 또는 그 사람이 소유한 물건을 모방하는 경우가 많다.	①	②	③	④	⑤
TV나 잡지 속 연예인들의 패션을 참고해 소비하는 경우가 많다.	①	②	③	④	⑤
상점에 진열되어 있는 모델의 모습이 맘에 들어 똑같은 제품을 구매한 적이 많다.	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 다음은 귀하의 일반적 사항에 관한 질문입니다.

1. 귀하의 성별은 무엇입니까? ① 남 ② 여
2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까? 만()세
3. 귀하의 결혼 여부에 표시해 주십시오
① 미혼 ② 기혼 ③ 기타 (사별, 이혼 등)
4. 귀하의 최종학력은 어떻게 되십니까?
① 중학교 졸업 ② 고등학교 졸업 ③ 전문대 졸업 ④ 대학교 졸업
⑤ 대학원 졸업 이상
5. 귀하의 직업은 무엇입니까?
① 전일제 고용직 ② 파트타임 고용직 ③ 학생 ④ 무직
⑤ 전업주부 ⑥ 자영업 ⑦ 기타
6. 귀하의 지난 일년간 월평균 개인소비지출 금액은 얼마입니까?
()만원
7. 귀하 가구의 월평균 총수입은 얼마입니까? ()만원
***월 평균 총수입:** 본인을 포함한 가족원 모두의 총 수입
8. 귀하께서 거주하고 계신 지역에 표시해주십시오
(겹치는 지역에 살고 계신 경우 좀 더 큰 지역을 선택하시면 됩니다.)
① 서울 및 수도권 ② 5대 광역시 ③ 중소도시 ④ 군 이하

★★ 소중한 시간을 내주셔서 진심으로 감사드립니다 ★★

Abstract

A Study of Contemporary Consumers' Anxiety and Consumption Conformity

Lee, Da hye

Dept. of Consumer Science

Graduate School

Seoul National University

Today's consumption plays an important social role of representing personal values and connecting people, beyond mere functional and physical values of goods. Consumption as a social symbolic system creates a variety of phenomena, but consumption conformity behavior is one of the consumption phenomena that is worthy of notice in the modern consumption society, as it is not only deeply correlated with the trend but also is often found among Korean consumers with group consciousness. Studies on the motives that induce consumption conformity have been, however, extremely restricted to some areas. Particularly, there have been few researches on psychosocial and emotional factors, which implies that further studies are required considering that the consumption behavior is deeply related with social structure of an individual as well as psychosocial factors caused therein (Kim Seon-woo, 2002). In this respect, this study intends to take note of 'anxiety' prevalent

in our society, out of many psychosocial and emotional factors that could possibly affect consumption conformity,

Rollo May(1950) considered anxiety, which causes tension and fear with negative feelings, to be one of the most desperate issues of the time. For this reason, consumers wish to flee from anxiety and then take certain actions. Freud, a noted psychologist, referred to this as defense mechanism. In the modern consumption society where the social role of consumption is stronger than ever, defense mechanism towards anxiety is likely to be presented as consumption. Especially, it is more related to the consumption conformity, which is because consumers want to conform to others' behaviors as they feel more anxiety. Thus, this study intends to inquire into the causal relationship between anxiety and consumption conformity to explain the motives of consumption conformity behaviors within the framework of anxiety. Following subjects for inquiry are established and an explorative and empirical research are carried out with an expectation of suggesting a new perspective on 'why people follow trend'.

[Question 1] What are the level and type of anxiety that consumers experience?

[Question 2] What are the level and type of consumption conformity?

[Question 3] What is the relation between consumers' anxiety and consumption conformity?

A quantitative study is made for 486 people to verify the above questions.

The result of the study shall be set forth as follows.

Firstly, contemporary consumers' level of anxiety differs from sex, age, and academic ability, while the anxiety is classified into five categories; anxiety for life, anxiety for alienation, anxiety for reputation, anxiety for ability, and anxiety for relationship.

Secondly, contemporary consumers' level of consumption conformity differs from age, marital status, and academic ability, while the consumption conformity has 3 factors such as conforming consumption conformity, informative consumption conformity, and normative consumption conformity.

Thirdly, a study on the effects of anxiety on sub-factors of consumption conformity shows that anxiety exerts a significant influence over conforming consumption conformity and informative consumption conformity in the relation between entire anxiety and consumption conformity, whereas a study on the classification of anxiety in 5 different types shows a different result. In terms of conforming consumption behavior, it is found that anxiety for life, anxiety for alienation, and anxiety for ability affect consumption conformity. Particularly, anxiety for life has a negative effect, while anxiety for alienation and anxiety for ability have a positive effect. In terms of informative consumption behavior, it is found that anxiety for alienation and anxiety for reputation have a positive effect. Lastly in terms of normative consumption behavior, it is found that anxiety for alienation has a positive effect, while anxiety for ability and anxiety for relationship have a negative effect, which implies that the higher level of anxiety for alienation and the lower level of anxiety for ability and relationship lead to normative consumption conformity.

The above shows that the anxiety considerably affects consumption conformity. This is confirmed by a hypothesis that consumption conformity is used as a defense mechanism to relieve negative feelings of anxiety and protect oneself.

Therefore, it is necessary to view consumption conformity on a different perspective. People engage in consumption conformity not because they generally have propensity for materialism or for pleasure, but because they have a variety feelings of anxiety or want to seek for emotional stability. This suggests that various consumption behaviors are caused not by superficial reasons, but by a number of psychological and emotional reasons.

Lastly, this study relates consumption behaviors with the anxiety that is not covered well in the existing studies on consumption behaviors to lay an emphasis on the importance of psychological factors as a motive for consumption and to help understanding consumers that become a basis for happiness and welfare promotion.

Key words: Anxiety, Conformity, Consumption Conformity

Student Number: 2010–23629